

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA
DE EVENTOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**RODOLFO BASTO ARIAS
DIANA MARITZA PORRAS LOPEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2016**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA
DE EVENTOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**RODOLFO BASTO ARIAS
DIANA MARITZA PORRAS LOPEZ**

**Proyecto de grado presentado como requisito para obtener el título de
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director de Proyecto
LUIS EDUARDO TORRES GALVIS
Economista**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2016**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	21
1. GENERALIDADES	23
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	23
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	28
1.3 ASPECTOS LEGALES	31
2. ESTUDIO DEL MERCADO	35
2.1 OBJETIVOS	35
2.1.1 Objetivo General.....	35
2.1.2 Objetivos Específicos.....	35
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	36
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o servicio.....	36
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	42
2.3.1 Mercado Potencial.	42
2.3.2 Mercado Objetivo.....	42
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	42
2.4.1 La demanda.....	42
2.4.2 Descripción del problema de investigación de mercados	43
2.4.3 Necesidades de información	43
2.4.4 Ficha Técnica	44
2.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la encuesta	46

2.4.6 Estimación de la demanda	56
2.4.7 Proyección de la Demanda	57
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	57
2.5.1 Análisis de la Situación actual de la competencia	57
2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia	58
2.5.3 Demanda pontencial insatisfecha	59
2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	59
2.6.1 Estructura de los canales actuales.....	59
2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	60
2.6.3 Selección de los canales de comercialización.....	61
2.7 PRECIO.....	61
2.7.1 Análisis de precios de la competencia	61
2.7.2 Estrategias de fijación de precios.....	63
2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	64
2.8.1 Objetivos.....	64
2.8.2 Logotipo	64
2.8.3 Slogan.	66
2.8.4 Análisis de medios	66
2.8.5 Selección de medios.....	67
2.8.6 Estrategias Publicitarias.....	67
2.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción.....	68
2.8.7.1 De lanzamiento.....	68
2.8.7.2 De operación	68

3. ESTUDIO TÉCNICO.....	70
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	70
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	70
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	71
3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda	71
3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos	72
3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos	72
3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización.....	73
3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento	73
3.1.3 Capacidad del proyecto.	73
3.1.3.1 Capacidad total diseñada.....	73
3.1.3.2 Capacidad instalada	74
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	74
3.2 LOCALIZACIÓN.	75
3.2.1 Macro localización (Geográfica).....	75
3.2.2 Micro localización	76
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.	80
3.3.1 Ficha técnica del producto	81
3.3.2 Descripción técnica del proceso.....	84
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	88
3.3.4 Control de Calidad	91
3.3.5 Recursos.	92
3.3.6 Análisis de Proveedores	98

3.3.7 Distribución de planta.	99
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	102
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	102
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	107
4.2.1 Visión.....	107
4.2.2 Misión.	107
4.2.3 Objetivos.....	108
4.2.4 Políticas.	109
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	110
4.3.1 Organigrama.....	111
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	111
4.3.3 Asignación salarial.....	122
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	124
5.1 INVERSIONES.....	124
5.1.1 Inversión Fija.....	124
5.1.1.1 Maquinaria y equipo.....	124
5.1.1.2 Muebles y enseres.....	125
5.1.1.3 Equipo de oficina.	126
5.1.1.4 Total de inversión fija.	126
5.1.2 Inversión diferida.....	127
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.....	127
5.1.3.1 Costos de producción o servicio.	127
5.1.3.1.1. Materias Primas.	127

5.1.3.1.2 . Mano obra directa.	128
5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicio.....	130
5.1.3.1.4. Total costos del servicio.....	131
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas:	133
5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses)	134
5.1.3.4 Total Capital de trabajo.....	136
5.1.4 Inversión total.	136
5.1.5 Fuentes de financiación	138
5.2 COSTOS Y GASTOS	139
5.2.1 Costos y gastos fijos.....	139
5.2.2 Costos y gastos variables.....	140
5.2.3 Costo y gasto total unitario.....	140
5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS	141
5.3.1 Ingresos.....	141
5.3.2 Egresos	143
5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	144
5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.....	144
5.4.2 Flujo de Caja Proyectado.....	146
5.4.3 Balance General inicial y proyectado	148
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	150
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	150
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	151

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos	151
6.2.2 Plan de mitigación.....	155
6.2.2.1 Objetivos.....	155
6.2.2.2 Política Ambiental	156
6.2.2.3 Manejo de residuos “WORLD KID’S”	156
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	159
6.3.1 Valor presente neto.....	159
6.3.1.1 Tasa Interna Retorno TIR.	160
6.3.2 Período de recuperación.....	161
6.3.3 Análisis de las Razones Financieras.....	162
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	165
7. CONCLUSIONES	167
8. RECOMENDACIONES.....	169
BIBLIOGRAFÍA.....	170
ANEXOS	173

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Cuadro de oportunidades y amenazas	25
Cuadro 2. Mercado Objetivo	42
Cuadro 3. Distribución de Familias por Estrato	46
Cuadro 4. Número de Personas en el Hogar	46
Cuadro 5. Rango de Edades	47
Cuadro 6. Ingresos Mensuales Familiares	48
Cuadro 7. Factor de Importancia	49
Cuadro 8. Contrata la organización	50
Cuadro 9. Empresas Organizadoras de Eventos Infantiles	51
Cuadro 10. Frecuencia de Realización de Eventos Infantiles	52
Cuadro 11. Medios de Publicidad más consultados.....	53
Cuadro 12. Inversión en la Organización de un Evento	54
Cuadro 13. Decisión de contratar los servicios de la nueva empresa	55
Cuadro 14. Proyección de la Demanda a 5 años	57
Cuadro 15. Situación Actual de la Competencia	58
Cuadro 16. Ventajas y desventajas de los canales actuales.....	60
Cuadro 17. Precios de La Competencia	62
Cuadro 18. Presupuesto de Publicidad y Promoción para el Primer año	69
Cuadro 19. Descripción del tamaño del proyecto.....	71
Cuadro 20. Capacidad diseñada de servicios / año	74
Cuadro 21. Capacidad Instalada de servicios / año	74
Cuadro 22. Capacidad utilizada y proyectada	75
Cuadro 23. Selección y definición de factores	76
Cuadro 24. Ponderación de los factores críticos.....	79
Cuadro 25. Determinación de la Ubicación	80
Cuadro 26. Ficha técnica Día Súper Especial.....	81
Cuadro 27. Ficha técnica Mundo de Princesas	82
Cuadro 28. Ficha Técnica Fiesta Toy Story	83
Cuadro 29. Ficha técnica Un día en Disney	84
Cuadro 30. Recurso Humano	93
Cuadro 31. Recursos físicos, muebles, enseres y cómputo	93
Cuadro 32. Equipo de cómputo y comunicaciones	95
Cuadro 33. Equipos y elementos del servicio	97
Cuadro 34. Proveedores de equipo	98
Cuadro 35. Distribución de la planta	101
Cuadro 36. Dimensiones de la empresa por áreas	101
Cuadro 37. Perfil del Administrador de Eventos.....	112
Cuadro 38. Perfil del coordinador de eventos	113
Cuadro 39. Perfil auxiliares de Logística.....	115

Cuadro 40. Perfil del Animador.....	116
Cuadro 41. Perfil del Recreacionista.....	118
Cuadro 42. Perfil de la secretaria.....	119
Cuadro 43. Perfil del Contador Público.....	120
Cuadro 44. Perfil de Servicios Generales.....	121
Cuadro 45. Asignación salarial para la Empresa de Eventos Infantiles.....	122
Cuadro 46. Factor prestacional.....	123
Cuadro 47. Equipos de Operación del Servicio.....	124
Cuadro 48. Muebles y Enseres de Oficina.....	125
Cuadro 49. Equipo de Oficina.....	126
Cuadro 50. Total de inversión fija.....	126
Cuadro 51. Inversión Diferida.....	127
Cuadro 52. Mano de Obra Directa.....	129
Cuadro 53. Materiales Indirectos del Servicio.....	130
Cuadro 54. Mano de Obra Indirecta.....	130
Cuadro 55. Costos generales del servicio.....	131
Cuadro 56. Total de costos del servicio.....	131
Cuadro 57. Presupuesto de sueldos administrativos (primer año).....	133
Cuadro 58. Total de Gastos Administrativos y de ventas del servicio.....	133
Cuadro 59. Gastos Financieros.....	134
Cuadro 60. Capital de Trabajo.....	136
Cuadro 61. Resumen Inversiones del Proyecto.....	137
Cuadro 62. Plan de Financiación.....	138
Cuadro 63. Tasa de interés de la financiación.....	139
Cuadro 64. Costos y gastos fijos.....	139
Cuadro 65. Costos y gastos variables.....	140
Cuadro 66. Costo y Gasto unitario.....	141
Cuadro 67. Precio de Venta.....	141
Cuadro 68. Ingresos Financieros.....	142
Cuadro 69. Egresos Operacionales.....	143
Cuadro 70- Estado de Resultados Proyectados.....	144
Cuadro 71. Flujo de Caja Proyectado.....	146
Cuadro 72. Balance General.....	148
Cuadro 73. Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido expresados en decibeles DB(A).....	152
Cuadro 74. Residuos no peligrosos.....	157
Cuadro 75. Residuos Reciclables.....	157
Cuadro 76. Residuos no reciclables.....	158
Cuadro 77. Residuos Peligrosos.....	158
Cuadro 78. Tasa de descuento: Equivalente A C.A.P.M.....	159
Cuadro 79. Valor Presente Neto.....	160
Cuadro 80. Período de recuperación.....	161
Cuadro 81. Punto de Equilibrio.....	165

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Conformación del Hogar	47
Gráfica 2 . Rango de Edad	48
Gráfica 3. Ingresos Familiares	49
Gráfica 4. Frecuencia de Factores de Importancia.....	50
Gráfica 5. Organiza un Evento Infantil	50
Gráfica 6. Empresas que realizan Eventos Infantiles	52
Gráfica 7. Relación de Eventos Infantiles	53
Gráfica 8. Medios de Comunicación	54
Gráfica 9. Inversión en un evento infantil	54
Gráfica 10. Decisión de contratar los servicios de la nueva empresa	56

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Mapa Zonal de Bucaramanga	29
Imagen 2 Bucaramanga.....	30
Imagen 3. Ejemplo Decoración Temática	37
Imagen 4 Temática de Princesa	38
Imagen 5. Temática Toy Story	39
Imagen 6. Canal de Marketing Directo	60
Imagen 7. Canal de Comercialización de la Empresas de Eventos Infantiles	61
Imagen 8. Logotipo de la empresa Organizadora de eventos Infantiles.	66
Imagen 9. Macro localización de la empresa de eventos	76
Imagen 10. Distribución de la Planta Primer Piso	100
Imagen 11. Distribución de la Planta Segundo Piso	100

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. CUESTIONARIO DIRIGIDO AL MERCADO OBJETIVO DE LOS ESTRATOS IV, V Y VI DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.	173

GLOSARIO

Desmontaje. Orden del equipo para retiro de los materiales y elementos que fueron utilizados en el evento.

Diseño. Este es el estado en el que se establecen los objetivos, el nombre del evento y el mensaje que queremos comunicarle al público participante como a los anunciantes o patrocinadores del evento y las expectativas que el productor del evento tiene con relación a la realización de la reunión.

Ejecución. Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas.

Evaluación de resultados. Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones. La Evaluación de resultados es una de las partes más importante del post-evento. Conocer si se han cumplido, como mínimo, los objetivos previstos y el rendimiento producido con ellos. Para ello utilizamos el ROI o Return On Investment (ROI).

Evento. Suceso de importancia social o personal; hecho que ocurre en un momento definido.

Fiesta. Es una reunión de personas para celebrar un acontecimiento o divertirse. Por lo general, una fiesta suele acompañarse de comida, bebida y a menudo también de música y baile.

Montaje. Disposición del equipo y los recursos técnicos y humanos que se utilizaran en el lugar donde se realizará el evento.

Organización de eventos. Es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

Post-evento. Recopilación de todas las acciones realizadas en el evento. Seguimiento que ayudan a la evaluación del mismo. En esta fase se incluirá la

documentación gráfica del mismo; Fotografías, montajes de videos, clip ping de prensa, seguimientos 2.0, etc.

Producción. El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen como objetivo principal la preparación de los recursos y equipos que componen el evento.

Protocolo. Se puede definir como el conjunto de normas y disposiciones legales vigentes que junto a los usos, costumbres y tradiciones de los pueblos.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA*

AUTORES: Basto Arias Rodolfo
Porras López Diana Maritza**

PALABRAS CLAVES: Organización de eventos, eventos infantiles, eventos temático y recreación.

DESCRIPCION

Este proyecto surge con la iniciativa de crear una empresa organizadora de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramnaga, con el fin de mostrar los diferentes servicios en forma de portafolios tematicos, brindandole a las familias opciones de recreacion y diversion de forma sana y profesional. La metodologia utilizada en este proyecto es descriptiva se evidencia la veracidad de los datos obtenidos en los diferenetes estudios.

Por lo anterior en el estudio de mercados se muestra una demanda potencial insatisfecha de organización de eventos infantiles ,permitiendo entrar al mercado con una nueva propuesta de empresa para ser reconocida y asi aumentar su nivel de competitividad en el momento de utilizar sus servicios.

El estudio tecnico arroja un tamaño optimo para la empresa , con la ventaja que ofrece instalaciones dotadas de juegos infantiles, equipos y personal necesario para la realizacion del evento.

Este proyecto de factibilidad pára la creacion de una empresa organizadora de eventos infantiles, es viable ya que el estudio financiero muestra resultados positivos con recuperación de la inversión en el tercer año, el valor neto positivo y así mismo las razones financiera resultaron favorables especialmente respecto a las razones de liquidez, actividad y endeudamiento, lo cual origina un impacto social ideal, para llevar acabo el funcionamiento y realizacion de esta .

* Proyecto de Grado

** Instituto De Proyeccion regional y Educacion A Distancia.Programa De Gestion Empresarial.
Director: Economista – Luis Eduardo Torres Galvis.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY TO CREATE A COMPANY WHICH ORGANIZES EVENTS FOR CHILDREN IN BUCARAMANGA*

AUTHORS: Basto Arias Rodolfo
Porrás López Diana Maritza**

KEY WORDS: Organizing events, children's events, thematic events, entertainment.

DESCRIPTION

This project arose with the initiative of creating a company which organizes events for children in the city of Bucaramanga. It has the final purpose of showing the different services by using thematic portfolios, providing the families with many entertainment and amusement options in a healthy and professional way. The methodology that was used in this project is descriptive methodology, it is evident the veracity of the data obtained through the different studies.

From the previous, the market research shows an unsatisfied potential claim for children's events organization. It allows to enter in the market with a new proposal of a company in order to be recognized, thus, increasing its competitiveness level at the time of making use of its services.

The technical study generates an ideal size for the company, with the advantage of offering facilities full of games for children, equipment, and the personnel needed for the fulfillment of the event. This project of feasibility for the creation of a company which organizes events for children is viable because the financial study shows positive results originating a positive social impact to carry out the working and realization of the same.

This feasible project for the creation of a company that organizes children's events, it is feasible because the financial study shows positive results with payback, in the third year, the positive net worth and likewise, the financial reasons were favorable especially in the earnings, activity and indebtedness, which creates an ideal social impact, to carry out the operation and realization of this.

* Graduation Project.

** Institute Of Regional Projection and Distance Education. Business Management Program.
Director: Economist - Luis Eduardo Torres Galvis.

INTRODUCCIÓN

La formación y creación de empresas es un fenómeno social que ha ido trascendiendo, lo que es un proceso muy importante en nuestro medio porque a través de ello se crea independencia, reconocimiento, aprendizaje e incentivación a las personas a crear sus propios negocios con percepciones de empuje, dejando atrás el miedo inminente a la pérdida de empleo y deseando aprovechar una oportunidad a pesar del riesgo de la pérdida de una fuente de ingreso segura.

Actualmente en Bucaramanga, hay más empresas dedicadas a la recreación pero con un solo enfoque, la recreación infantil, básicamente las piñatas. Pocas involucran servicios logísticos como la alimentación y la decoración de los mismos. Con esto se tiene una oferta en el mercado, pero no con las ventajas que ofrecen las instalaciones dotadas de juegos infantiles y eventos temáticos de nuestro proyecto, una empresa organizadora de eventos infantiles que se encarga desde que surge la idea hasta que culmina la misma, donde el cliente no tendrá que preocuparse por ningún aspecto ya que se sentirá como un invitado más para que el evento sea todo un éxito.

En la factibilidad para la creación de una empresa de eventos infantiles, se realiza una investigación de mercados entre las empresas de la ciudad de Bucaramanga, con el fin de indagar sobre las preferencias de los clientes al momento de seleccionar el servicio de organización de un evento infantil, así mismo se indaga sobre otras modalidades que tienen las personas para celebrar los cumpleaños de los infantes y otras empresas que pueden considerarse competencia, los precios de los servicios y los canales de comercialización.

En el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto, su capacidad diseñada, instalada y utilizada para este tipo de negocios, de igual forma la consecución de los diferentes recursos requeridos para la implementación de la empresa, los juegos infantiles y el mobiliario que se requiere para la presentación de los diferentes servicios.

En el estudio administrativo y legal, se define la estructura administrativa, elaboro un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, descripción detallada de los costos administrativos el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que se requiere y los trámites de constitución necesarios.

En el estudio financiero se determina cual es el monto de los recursos económicos para la ejecución del proyecto y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida del proyecto. A continuación se presenta la evaluación del proyecto, en donde se determina se el plan de negocio es viable, para la posterior puesta en marcha.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

Antecedentes

En la actualidad los padres de familia desean expresar lo mejor para sus hijos, tratando de que cada etapa de su vida sea especial, por ello el día de sus cumpleaños desean hacerlos felices, organizando en casa la celebración con todos sus amigos y familiares, esto acaba convirtiéndose en un gran problema para muchos padres, ya que en ocasiones el espacio, gastar más de lo que estaba presupuestado, encargarse de todos los preparativos, la comida, la diversión y tras finalizar la fiesta, arreglar el espacio utilizado y ocuparse de la limpieza esto hace que no puedan celebrar junto a sus hijos del festejo.

Cuando se realiza una fiesta se piensa en la palabra piñata la cual tiene su origen en China donde se hacían coloridos animales con papel que eran colocados para festejar el año nuevo¹; se cree que Marco Polo en uno de sus viajes pudo observarlas y llevó la idea a Europa. En Italia, se les entregaba a los campesinos una piñata u olla llena de regalos. El primer domingo de la cuaresma se conoció como el Domingo Piñata. De Italia, la tradición pasó a España, donde se las hacía con ollas de barro decoradas. A principios del siglo XVI, los misioneros españoles usaron la piñata para evangelizar a los indígenas del Nuevo Mundo . A partir de ese tiempo las piñatas han ido cambiando siempre se utiliza una figura de alguna caricatura, héroe favorito, especialidad o el deporte que al niño le guste y las encontramos ahora de diferentes materiales pero los más usados es el cartón y el icopor, que son los más fáciles de romper.

Actualmente, la piñata tiene como finalidad la diversión y se, usa en cumpleaños, festejos familiares, fechas especiales, etc. En algunas culturas, como la mexicana, es una tradición muy arraigada que tiene formas y personajes para todos los gustos. Pero lo cierto es que el uso de la piñata para dar un toque especial a las reuniones se ha expandido mundialmente².

¹ ALDUNATE Lula. "El origen de las piñatas". [en línea] Consultado [14/04/2015] Disponible en línea en: <http://fiestas.about.com/od/fiestas-infantiles/a/El-Origen-De-Las-Pi-Natas.htm>

² Ibíd.

Diagnóstico del sector

El mundo de los congresos, convenciones, ferias y afines forjan una próspera industria que se valora cada día más en todo el mundo y cuyo horizonte de mercado se amplía. La organización mundial de turismo, afirma que en lo que respecta al sector, los eventos son tareas de gran crecimiento. Las asociaciones y empresas del mundo destinan grandes sumas de dinero para la realización de ferias y congresos, ya que aportan conocimiento, imagen, tecnología, desarrollo y grandes oportunidades de negocio, por lo cual la intervención de empresas especializadas y personal idóneo que garanticen con su gestión el logro de los objetivos y el éxito del evento al más alto nivel, es determinante. En este sentido, las empresas de eventos son un mecanismo de contratación de servicios externos muy convenientes, caracterizado por una flexibilidad racional para suplir las necesidades de la demanda cíclica de eventos sociales y empresariales³.

El sector de servicios representó, en total, el 49.6% del PBI. El subsector con mayor participación fue servicios financieros (20.5% del PBI), debido a la consolidación que ha venido teniendo en los últimos años la banca a través de fusiones y adquisiciones. El subsector comercio, restaurantes y hoteles (12.4%), en tanto, ha mostrado un importante crecimiento debido a los planes del Gobierno de Colombia en desarrollo de infraestructura para el turismo (parques temáticos, muelles, terminales aéreas, embarcaderos y centros de convenciones) por un valor de US\$ 67 millones; con ello se espera que el valor real de los ingresos por turismo aumenten en un 6.4% en 2013⁴. Teniendo en cuenta que el turismo está en el subsector de ocio y entretenimiento es algo muy positivo pues en los últimos años ha tenido gran auge y el estado ha destinado recursos para fortalecer este sector.

Análisis del sector con oportunidades y amenazas

El sector de servicios en lo que corresponde la organización de eventos infantiles presenta una gran oportunidad de negocio, ya que en los últimos años ha sido uno de los sectores que más ha crecido en Colombia. Este buen comportamiento fue ratificado por la muestra Trimestral de Servicios (MTS) que reveló recientemente el DANE, en particular, los subsectores con mayores crecimientos en su nivel de ingreso fueron entretenimiento (12% anual) y expendio de alimentos (11.1%). Así

³ COLOMBIA EVENTOS 2009." El mundo de los congresos, convenciones y afines". [en línea] Consultado [25/10/2014] Disponible en : <http://www.colombiaeventos.com>

⁴ GUÍA DE MERCADO. "Colombia Sector Servicios". Consulta[02/03/2015]

mismo ese subsector resulta ser un importante generador de empleo, aumentando la contratación en un 8.3% anual en el 2013⁵.

Cuadro 1. Cuadro de oportunidades y amenazas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Sector en crecimiento	Mucha competencia formal e informal
Nicho con gran cantidad de clientes	Surgimiento de centros comerciales
Innovación en el sector	Crisis económica, desempleo

Evolución en el sector Empresarial

La evolución en el sector empresarial ha sido positivo en comparación con los años anteriores con un crecimiento del 6.34% en sus ingresos operacionales en el años 2013 comparado frete al año inmediatamente anterior donde los sectores de mayor crecimiento fueron servicios y comercio ⁶. Esto representa una gran oportunidad para desarrollar el proyecto pues se cuenta una economía en continuo crecimiento y estable, con un aumento de nuevos empresarios que surgen con actividades innovadoras o mejorando las existentes.

El sector terciario puede ser subdividido en inferior y superior. El sector terciario inferior, agrupa a pequeños comerciantes, tiendas, transporte terrestre, hospitales, cementerios, universidades, entre otros; localizados de forma dispersa en la ciudad y en las áreas rurales. El sector terciario superior, lo integran las cadenas de supermercados, inversionistas, inmobiliarias, bancos, entre otros, que compiten por el espacio urbano y, a su vez, definen centralidades urbanas . En las actividades del sector terciario encontramos desde la tienda de barrio hasta las grandes empresas inversionistas; entre estas tenemos: los servicios de transporte, comercio, turismo, ocio, entretenimiento, administración pública y financiera⁷.

⁵ Clavijo Sergio. "Dinámica del sector Servicios en 2013 y Perspectivas". Abril 28 de 2014. [en línea] Consultado [03/03/2015] Disponible en: <http://anif.co/sites/default/files/uploads/Abr28-14.pdf>

⁶ Superintendencia de Sociedades. "Comportamiento de las 1.000 Empresas más Grandes del sector Real". [en línea] Consultado [15/03/2015] Disponible en: <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/INFORME%20SECTOR%20REAL%201000%20empresas%20SSyotras%20Mayo%207%202014.pdf>

⁷ JUAN JOSE ECHEVERRÍA, MAURICIO VILLAMIZAR. "El Proceso Colombiano de Desindustrialización". [en línea] Consultado [18/04/2015] Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/docum/ftp/borra361.pdf>

Lo característico de este sector es el poco espacio que se utiliza y su alta rentabilidad, lo que explica la concentración de estas actividades en áreas urbanas, esto es muy significativo para el proyecto teniendo en cuenta que se ubicaría en un sector que está en constante crecimiento.

Contexto Internacional

No se sabe con certeza en qué momento exacto de la historia se originaron los eventos en el mundo, solo se tiene como origen a la Grecia clásica donde daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre donde lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los juegos Olímpicos de la Edad Antigua en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódana. Pero no todo inicio ahí también a finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias⁸.

A nivel Internacional en algunos países como España son una forma de enfrentar la crisis económica pero en otros es un negocio muy lucrativo pues los niños siempre están en ese mundo mágico de aventura, por lo que tener una empresa de eventos infantiles es un éxito en países como Estados Unidos la prestación del servicio las empresas ofrecen varios paquetes a comodidad del cliente con duración de 4 horas, video, sonido, torta, juegos, y otros servicios, aunque en algunos países se rigen mucho a sus celebraciones tradicionales.

Contexto Nacional

La industria de los eventos especiales en Colombia se encuentra en un importante proceso de evolución, convirtiéndose en un ramal fundamental para el posicionamiento de las marcas y en un escenario ideal para implementar diferentes estrategias de comunicación, como el lanzamiento de productos, eventos de marcas, convenciones, celebraciones, presentaciones corporativas, etcétera. El objetivo actual de los especialistas en este negocio es producir y

⁸ MORALES Andrea, RAMÍREZ Andrés. "Origen evolución y estadísticas de los eventos en el mundo" [en línea] Consultado [18/04/2015] Disponible en: <http://andreameventos.blogia.com/2011/030101-origen-evolucion-y-estadisticas-de-los-eventos-en-el-mundo.php>

realizar eventos donde los invitados experimenten sensaciones, emociones y vivencias ligadas directamente a los productos, sus características, el reto es cada vez mayor por la importancia que representan los eventos especiales: las marcas, clientes y público en general piden cada día más y son más exigentes a la hora de evaluar un evento, lo que obliga a las compañías a capacitarse constantemente, a investigar tecnologías, recursos, aplicaciones de elementos tecnológicos e investigaciones de tendencias novedosas para implementar en las marcas⁹.

Lo anterior está muy relacionado con los eventos infantiles y el objetivo es el mismo que consiste en ofrecer a los clientes una experiencia inolvidable junto al infante y sus invitados. A nivel nacional Bogotá es una de las ciudades con numerosas empresas dedicadas especialmente a la organización de eventos infantiles, donde además de la decoración temática o con globos, cuentan con juegos mecánicos, inflables y demás servicios que hacen muy llamativos los eventos y es de gran agrado de los infantes, con lo que se puede demostrar que el sector de ocio y esparcimiento es una oportunidad de negocio en potencia.

Contexto Local

La recreación, el deporte y el esparcimiento ha sido parte importante en la cultura empresarial y social de la ciudad, gracias al desarrollo comercial y empresarial, Bucaramanga se ha posicionado como una ciudad de congresos y eventos al contar con infraestructuras como el Centro de Ferias y Exposiciones – CENFER, que ha constituido en la mayor vitrina comercial del oriente colombiano, ya que allí se realiza anualmente infinidad de ferias y exposiciones en todas las ramas del comercio nacional. La ciudad también cuenta con un centro poli-funcional para eventos y espectáculos, que le brinda a Bucaramanga un espacio propicio para la realización de grandes espectáculos y de actividades de tipo lúdico, deportivo o comercial; un sin número de salones de conferencias y congresos les permiten a Bucaramanga la realización de convenciones con la seguridad de la más adecuada logística, la ejecución, la comodidad y confort del servicio ofrecido por los bumangueses para los empresarios de todo el país¹⁰.

⁹ Eventos Especiales en Colombia. "Una Industria para Quitarse el Sombrero". [en línea] Consultado [18/04/2015] Disponible en: <http://www.revistapym.com.co/ediciones-impresas/eventos-especiales-colombia-industria-quitarse-sombrero>

¹⁰ Sistema Nacional de Información Cultural. "Bucaramanga Circuito de las Afueras". [en línea] Consultado [18/04/2015] Disponible en: <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDe p=68&COLTEM=213>

Los eventos especializados, además de generar beneficios directos al respectivo sector, destacan otros renglones de la economía como los de transporte, hotelería, restaurantes, comercio y diversas actividades de servicio al expositor como publicidad, diseño y decoración de stands, modelaje, etc.

En Bucaramanga existen numerosas empresa organizadoras de eventos sociales y empresariales cada una con su portafolio de servicio muy similares, donde ofrecen varios paquetes a comodidad del cliente; con lo que a eventos infantiles se refiere el servicio muy bajo los más utilizados son para Baby Shower, bautizos, primeras comuniones y 15 años, para celebraciones de cumpleaños son más utilizadas pequeñas empresas no formales o la combinación de estas como recreacionistas, payasos, Chiquitecas entre otros, lo que benéfica para la realización del proyecto.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Aspecto Geográfico

El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander y es la ciudad núcleo del Área Metropolitana de Bucaramanga, también compuesta por Floridablanca, Girón y Piedecuesta. De acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 544.901 teniendo en cuenta una tasa de crecimiento poblacional del 0.74%¹¹, distribuidos principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad. Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios. Dentro de este sector, se encuentra la comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, actividades que se desarrollan en zonas fronterizas a este municipio y en el departamento del Cesar, pero su mercadeo y administración se hace en Bucaramanga.

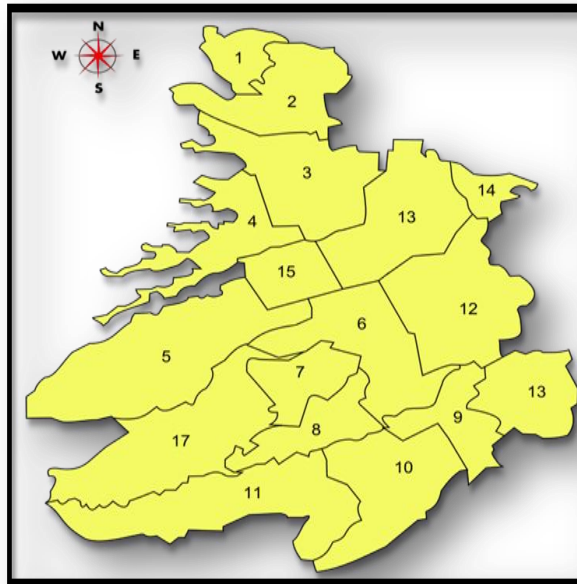
MAPA ZONAL DE BUCARAMANGA

La ciudad de Bucaramanga se divide en 17 comunas cada una de las cuales incluye barrios, asentamientos, urbanizaciones y otros sectores con población

¹¹ Plan de Ordenamiento Poblacional 2013-2027. “Análisis Poblacional”. [en línea] Consultado [el 06/02/2015]. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

flotante. Las comunas del área urbana comprenden 1.341 manzanas y existen alrededor de 200 barrios.

Imagen 1. Mapa Zonal de Bucaramanga



Fuente: ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Mapa zonal de Bucaramanga [en línea] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=10>[4/10/2014]

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México¹².

La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos como los de energía, gas, petróleo, corrosión, asfaltos, cuero y herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros. Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades: agricultura, ganadería y avicultura se

¹² ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA. "Bucaramanga, Datos Generales". [en línea] Consultado [18/04/2015] Disponible en : http://www.amb.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=83&Itemid=981

llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan en la Ciudad¹³.

Bucaramanga se destaca por ser una de las ciudades con un alto nivel de empleo, producto de un importante dinamismo económico. En el 2013 la constitución de empresas continuó registrando buenos indicadores para el país y especialmente en Santander. El año anterior se matricularon en Cámara de comercio de Bucaramanga 15.719 nuevas empresas para un crecimiento de 10.2% frente al 2012¹⁴, lo anterior muestra una gran oportunidad para que se desarrolle el proyecto.

Imagen 2 Bucaramanga



Fuente: VANGUARDIA LIBERAL [en línea] disponible en: <http://www.Vanguardialiberal.com> [Consultado 03/03/2015]

¹³ ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. “Datos generales: Economía de Bucaramanga”. [en línea] [consultado el 26 agosto de 2014] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/>

¹⁴ CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. “Actualidad Económica: Constitución de Empresas Santander 2013” [en línea]. [Consultado 26 agosto de 2014] disponible en : <http://www.sintramites.com>

1.3 ASPECTOS LEGALES

Al tomar la decisión de crear una empresa se debe conocer primero los parámetros que se deben tener de acuerdo con las siguientes leyes, decretos y artículos del marco normativo de Colombia¹⁵:

- **Ley 232 de 1995** Matricula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio. Comprobante de pago expedido por SAYCO ACIMPRO, para aquellos establecimientos que ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago de derechos de autor. Cumplir con las condiciones referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación. Cumplir con las normas sanitarias, descritas por esta ley y demás normas vigentes sobre la materia.
- **Ley Mi pyme o 590 Julio 10 del 2000**, Ley por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo, fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
- **Ley 2150 del 5 de diciembre de 1995**. Los establecimientos industriales, comerciales o de otra naturaleza, abierto o no al público, deberán reunir requisitos, para su ejercicio.

En Colombia no existe un amplio marco normativo del tema de organización de eventos sociales y empresariales, por lo que se tendrá en cuenta la normatividad de la recreación que cuenta un amplio marco normativo que incluye entre otras los siguientes decretos:

Normatividad de la recreación. Una mirada algo detallada del ordenamiento jurídico Colombiano, señala que le abordaje institucional de la Recreación ha sido mucho más serio de lo que usual sentido común nos hace intuir, aunque contradictoriamente su desarrollo normativo tiene, en nuestro sentir, una gran limitante en la proliferación de normas ya que por efectos de su debilidad conceptual, el impacto normativo sobre la práctica institucional se torna etéreo.

- En lo formal, la recreación es para el estado Colombiano una actividad importante como elemento esencial del desarrollo de su recurso humano individual y colectivamente, que tiene un espacio propio en instrumento

¹⁵ SLIDESHARE Marco Legal a la Creación de Empresas en Colombia. [en línea] Consulta [03/25/2015] disponible en: <http://slideshare.net/pajaro/marco-legal-a-la-creacion-de-empresas-en-colombia>

normativos e institucionales internos y externos desde la época de la colonia hasta nuestros días.

- **El artículo 20 de la Ley 1607 de 2012** creó el impuesto sobre la renta para la equidad, CREE. Su objetivo está dirigido a sustituir los aportes SENA, ICBF y salud, exonerando del pago de éstos a los aportantes sujetos del CREE, siempre y cuando tengan trabajadores que devenguen menos de diez salarios mínimos mensuales.
- **La ley 1014 del 26 de enero del 2006**, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas.
- **La ley de emprendimiento** tiene como principios fundamentales, la formación integral del ser humano, fortalecimiento de procesos de trabajo productivo, promover la asociatividad, desarrollar la personalidad y apoyar los procesos de emprendimiento sostenibles de carácter: social, cultural, ambiental, regional e internacional.
- **Ley No. 590, de 10 de Julio de 2000**: “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”.
- **Ley 256 de 1996**: “El artículo 333 de la Carta Política de 1991 establece que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, pero advierte que la libertad a ellas reconocida habrá de ejercerse dentro de los límites del bien común. La libre competencia económica, si bien es un derecho de todos a la luz del mismo precepto, supone responsabilidades, por lo cual la ley delimita el alcance de la libertad económica cuando así lo exija, entre otros factores, el interés social. La Constitución Colombiana de 1991 reconoce el derecho a la propiedad privada y establece garantías para su protección.
- **Decreto 1333 de 1986**, “Del Régimen Municipal”, prevé que en los municipios se planifique la infraestructura municipal, teniendo en cuenta las necesidades **recreativas de sus habitantes**. Esto mismo queda consagrado unos años después en la ley 9 de 1989, “ Reforma Urbana”, pero con unas herramientas adicionales que permiten la adquisición de predios privados, declarados como

de beneficio general, entre otras cosas para la construcción de infraestructura deportiva y recreativa, legislando simultáneamente sobre áreas comunes de esparcimiento y recreación en viviendas multifamiliares.

- **Ley 50 de 1990:** “Por lo cual se introduce reforma al Código Sustantivo del Trabajo...”, en el Artículo 21, adiciona: “la dedicación exclusiva en determinadas actividades.”, en empresas de más de 50 trabajadores, el derecho de estos de 2 horas mensuales dedicadas a actividades recreativas y culturales, por cuenta del empleador. Esta decisión hace explícito el reconocimiento del papel de la recreación en el sector productivo del país.
- **Ley 115 de 1994:** sobre educación, establece por dentro del Plan Nacional de Educación se incluye la práctica recreativa y la adecuada utilización del tiempo libre, como uno de los objetivos específicos de la educación, tanto formal como extraescolar, en todos sus ciclos y modalidades.
- **Ley 223 de 1995:** la cual reconoce igualmente el carácter de interés público de la recreación al establecer un incentivo tributario para las personas de derecho privado que contribuyen con el desarrollo del sector, y es así como el Inc. 30. Adicionado por la ley 181/95 Art. 76. de la siguiente forma “los contribuyentes que hagan donaciones a organismo deportivos y recreativos o culturales debidamente reconocidos que sean personas jurídicas sin ánimo de lucro, tienen derecho a deducir de su renta, el 125% del valor de la donaciones efectuadas durante el año o período gravable.” Materializando ello los postulados de financiación necesarios para un verdadero desarrollo sectorial con aportes del sector privado.
- **Ley 181 de 1995,** la mal llamada “ley del deporte”, tiene por objetivo especial la creación del sistema nacional del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación extraescolar y la educación física y materializa el instrumento de patrocinio, fomento, masificación, divulgación, asesoramiento de la práctica del deporte y la recreación.
- **Ley 181 de 1995, Artículo 6,** Es función obligatoria de todas las instituciones públicas y privadas de carácter social, patrocinar, promover, ejecutar, dirigir y controlar actividades de recreación, para lo cual elaborarán programas de desarrollo y estímulo de esta actividad, de conformidad con el plan nacional de recreación. La mayor responsabilidad en el campo de la recreación le corresponde al estado y a las cajas de compensación familiar.

- **Ley 590 de 2000**, por medio de esta ley se dictan disposiciones para promover el desarrollo de la micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos el aprovechamiento productivo de pequeños capitales teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos¹⁶.

¹⁶FUNLIBRE Marco normativo general de la recreación. [en línea] Consultado [03/08/2014]
Disponible en línea en: <http://www..org/documentos/MarcoNormativohtm>

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General Realizar una investigación de mercados mediante técnicas e instrumentos de medición, recolección e interpretación de datos relacionados con el entorno del proyecto que permita tomar decisiones acertadas sobre la viabilidad en la creación de una empresa organizadora de eventos infantiles.

2.1.2 Objetivos Específicos.

- Elaborar un estudio metodológico utilizando la técnica de la encuesta a fin de determinar el nivel de aceptación de la nueva empresa organizadora de eventos infantiles.
- Elaborar un estudio de mercado para conocer las necesidades de organización de eventos infantiles en la población objetivo y la existencia de un mercado potencial, como resultado del análisis de la oferta y demanda existentes.
- Desarrollar el estudio técnico del proyecto para determinar el monto de inversiones, la capacidad de operación, los costos de las instalaciones y la puesta en marcha de la empresa.
- Establecer la estructura organizacional, necesaria para la operación del proyecto que se sugiere para cumplir con las expectativas de los posibles clientes.
- Elaborar un estudio financiero para determinar los recursos necesarios y los disponibles, que permitan realizar el análisis de la viabilidad financiera del proyecto.

- Evaluar el estudio financiero para determinar la rentabilidad de la empresa organizadora de eventos infantiles y el impacto económico, social y ambiental que tendría en la ciudad de Bucaramanga.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o servicio

Descripción

La empresa se dedica a la preparación, organización y realización de eventos infantiles en diferentes temáticas en una instalación propia dotada con diferentes juegos infantiles para niños entre 1 y 10 años de edad.

Con los servicios que se proponen se pretende suplir las expectativas de los clientes en lo que se refiere a una buena organización, buena logística, instalaciones totalmente adecuadas, con precios asequibles y lo más importante, “transformar las ideas y sueños en hechos”.

USOS

Es una empresa donde el cliente puede adquirir un servicio de alta calidad, innovador y diferente para organizar cualquier tipo de evento infantil, donde puede gozar tanto el agasajado como sus invitados y los padres con toda tranquilidad y total despreocupación.

Especificaciones del Servicio

La empresa se enfoca en organizar y llevar a cabo un evento de calidad para el festejado, logrando que ese día especial, sea inolvidable, tanto para el niño como para sus invitados, ofreciendo varios paquetes de servicios entre los cuales el cliente puede escoger una gran variedad de paquetes tales como:

Mundo de princesa. “Haz que tu hija se sienta como una princesa”

Imagen 4 Temática de Princesa



Fuente: GOOGLE Decoracion De fiestas de princesas [en línea] disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=fotos+de+decoracion+de+fiestas+infantiles+de+princesas> [Consultado: 03/04/2015]

- 3 recreadores.
- Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales.
- Personal especializado para el área de musicalización y animación.
- Pintacaritas
- Globoflexia
- Show de títeres.
- Show de Magia.
- Show sorpresa de princesas
- Rey y reina.
- Sonido, luces, humo, burbujas
- Chiquitecas.
- Actividades de princesa.
- Perros calientes o mini hamburguesas con papas y gaseosa.

- Ponqué infantil
- Decoración temática.

Fiesta Toy Story. “una fantástica fiesta de Toy Story”

Imagen 5. Temática Toy Story



Fuente: GOOGLE Decoración de fiestas infantiles de toy story [en línea] disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=fotos+de+decoraciones+de+fiestas+infantiles+de+toys+tory> [Consulta: 05/03/2015]

- 3 recreadores.
- Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales.
- Personal especializado para el área de musicalización y animación.
- Pintacaritas
- Globoflexia
- Show de títeres.
- Show de Magia.
- Show Buzz Lightyear y Woody.

- Buzz lightyear y Woody.
- Sonido, luces, humo, burbujas
- Chiquitecas.
- Actividades de Toy Story.
- Perros calientes o mini hamburguesas con papitas y gaseosa.
- Ponqué infantil.
- Decoración temática.

Un día en Disney. “Una experiencia inolvidable con Disney”

- 3 recreadores.
- Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales.
- Personal especializado para el área de musicalización y animación.
- Pintacaritas
- Globoflexia
- Show de títeres.
- Show de Magia.
- Show sorpresa de Mickey
- Mickey Mouse
- Minie Mouse
- Sonido, luces, humo, burbujas
- Chiquitecas

- Actividades de Disney
- Decoración Temática

Para ello se cuenta con personal altamente especializado en actividades infantiles y con mucha creatividad para interpretar y desarrollar las solicitudes de los clientes pero principalmente de los infantes para hacer realidad sus sueños; cualquiera de los paquetes ofrecido tiene una duración de 5 horas.

Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia

- Para la empresa es de gran importancia prestar un servicio de calidad, creativo y económico. Por esta razón se hará énfasis en el profesionalismo del recurso humano, formando en ellos el trabajo en equipo que permita satisfacer y fidelizar el cliente para que siga haciendo uso de los servicios de la empresa.
- **Servicio Profesional.** Los clientes encontrarán en la empresa un servicio personalizado donde verán cómo se puede transformar ideas y sueños en hechos, por tanto el cliente será el encargado de crear su idea y transmitirla a la empresa para así poderla hacer realidad.
- **Instalaciones.** La empresa contará con una gran infraestructura propia que nos diferencia de los demás competidores, puesto que contará varios juegos infantiles tales como: Piscina de pelotas, sala de cine y video juegos, inflables, futbolines, sala VIP para los adultos lo que hace que el evento sea más ameno para el anfitrión, sus invitados y el gusto de los padres.
- **Página Web.** La empresa contará con una página web, donde los clientes podrán acceder y conocer los servicios de la empresa, además encontrarán un simulador donde podrán armar sus paquetes y conocer con anterioridad el valor aproximado del evento, otro de los servicios que encontrará en la página es que pueden reservar con anterioridad la fecha del evento.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado Potencial. El mercado potencial para la empresa que presta servicios de organización de eventos infantiles, está constituido por 150.014¹⁷ familias de la ciudad de Bucaramanga de que tengan hijos menores de 12 años y que cuenten con capacidad económica para contratar los servicios.

2.3.2 Mercado Objetivo. La empresa organizadora de eventos infantiles está orientada a las familias de la ciudad de Bucaramanga, especialmente a familias de los estratos 4, estrato 5 y el estrato 6 que corresponden a 61.355¹⁸ familias, distribuidas de la siguiente forma:

Cuadro 2. Mercado Objetivo

Estrato	# familias
4	48.154
5	4.800
6	8.401
Total	61.355

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda La ciudad de Bucaramanga cuenta con 48.154 familias en el estrato 4, 4.800 en el estrato 5 y 8.401¹⁹ en el estrato 6 las cuales podrán requerir de un lugar diferente para organizar las fiestas de los más pequeños de la casa, el mercado actual es altamente exigente y globalizado; existe similitud entre las empresas organizadoras de eventos con unos protocolos ya definidos y costumbre muy tradicionales, por tal motivo se desea crear una empresa que satisfaga las nuevas necesidades de los clientes en la ciudad de Bucaramanga, para ello es necesario hacer una investigación de mercados que permita conocer a fondo el comportamiento de una demanda e identificar las preferencias ante el servicio.

¹⁷ INVISBU. “Observatorio Municipal del Hábitat y la vivienda en Bucaramanga”. [en línea]. [Consultado el 28 enero del 2016]. Disponible en: <http://www.invisbu.gov.co/-transversal/desarrollo-urbano-y-rural/poblacion/item/143-dinamica-poblacional-por-estratos-socioeconomicos>

¹⁸ Ibíd.

¹⁹ Ibíd.

2.4.2 Descripción del problema de investigación de mercados El mundo va cambiando a pasos gigantesco, que marca de una u otra forma la vida de las personas y fabrican una realidad distinta en particular para los pequeños que viven cerca de estos cambios, es muy común ver a los niños jugando a ser adulto, con su celular, computadora, su profesión, etc. Es de allí que cuando se aproxima su día especial quieren celebrarlo de manera más novedosa e innovadora llevados por la tendencia de la moda y de los personajes del momento. Es esto que motiva a los padres a buscar sitios novedosos para realizar la fiesta de cumpleaños de sus pequeños.

De tal manera las familias buscan sitios como Happy City, pizzerías, McDonald's, centros comerciales, entre otros para celebrar de forma diferente el cumpleaños de sus hijos al ver la falta de un lugar innovador y creativo. Por la cual la falta de una empresa que se encargue de la organización de eventos infantiles que cumplan con los requerimientos de exclusividad para un segmento de mercado de los estrato 4,5 y 6, que cubran adecuadamente las exigencias de los clientes que demandan elegancia, variedad, privacidad y servicios de élite.

Se presenta una oportunidad de entrar en este tipo de mercado que garantiza la aceptación del proyecto, siempre y cuando se brinde un servicio de alta calidad e innovación diferente a los tradicionales, ya que con la sociedad actual los padres pasa su mayor tiempo en sus trabajos y dejan de un lado estas actividades, por lo que se busca la manera más conveniente de poder organizar los eventos sin que afecten sus actividades cotidianas dejando todas esa responsabilidad en manos de especialistas. Esto hace necesario realizar una investigación de mercados para determinar el nivel de aceptación del servicio que se desea ofrecer, evaluando el servicio, los medios de distribución, la promoción y el precio.

2.4.3 Necesidades de información

- Necesidades actuales, comportamiento de compra de las familias con respecto a la utilización de servicio de una empresa organizadora de eventos infantiles, a través del cuestionario, con el fin de ofrecer un servicio que satisfaga sus requerimientos.
- Segmentación de mercados, estrategias de marketing que permitan encontrar, atraer, mantener y cultivar clientes.

- Potencial del mercado, gustos, preferencias y comportamiento del mercado, de manera que facilite la toma de decisiones respecto al servicio a ofrecer.
- Capacidad de compra, precio, tamaño de mercado, gustos, deseo de adquisición de los servicios a ofrecer, de manera que permita evaluar la viabilidad del proyecto.
- Competencia en el mercado con los atributos que los clientes desean.
- Canales de distribución más adecuados, necesidades de las personas, mercados insatisfechos.
- Precios para los diferentes servicios a ofrecer, respecto a los costos, la demanda, políticas de precios de la competencia, precios favorables y permiten alcanzar los objetivos propuestos.
- Publicidad y promoción aplicables a los servicios ofrecidos, a través del estudio de mercados con el fin de dar a conocer y promover el servicio y despertar el deseo de compra por parte de las personas.

2.4.4 Ficha Técnica

Tipo de investigación	El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva. La investigación exploratoria permitirá conocer el mercado y tomar futuras decisiones a través de la recolección de datos, los medios utilizados para tal fin serán: la bibliografía, webgrafía especializada y encuesta como fuente principal. La investigación descriptiva es el complemento de la investigación exploratoria ya que este tipo de investigación permite analizar los datos obtenidos estadísticamente para obtener conclusiones y conocer más el mercado en estudio.
Método de investigación	El método de investigación es el deductivo ya que se desea conocer desde lo general a particular, es decir de un mercado macro a un micro (a un segmento de mercado). con el fin de obtener conclusiones particulares acerca del mercado en estudio.
Fuentes de	Para llevar a cabo la investigación es necesario utilizar

información	<p>fuentes de información Secundarias como: Publicaciones, bases de datos, estadísticas, libros que permitan recopilar información valiosa sobre la organización de eventos infantiles, temáticos, tecnología, y proveedores del servicio de las empresas organizadoras de eventos en estudio. Apoyados de páginas web fidedignas de entes gubernamentales como :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Departamento Administrativo Nacional de Estadística. • Alcaldía de Bucaramanga. • Cámara de comercio entre otras. <p>Además del apoyo de la fuente de información Primaria como la encuesta, la cual es diseñada para ser aplicada a las familias de los estrato 4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga con el fin de recopilar la información necesaria para el análisis de los precios, competencia, productos más utilizados marcas con el fin de tomar futuras decisiones de inversión.</p>
Técnicas de investigación	<p>La técnica a aplicar para la investigación será la encuesta, cuyo objetivo es conocer las motivaciones, las actitudes y las opiniones de las familias respecto al servicio a ofrecer.</p>
Instrumento para la recolección de información	<p>El instrumento para la recolección de información es un cuestionario estructurado.</p>
Modo de aplicación	<p>El modo de aplicación a utilizar será una encuesta por internet mediante google docs.</p>
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	<p>El cuestionario está diseñado para que sea contestado por los padres de familia, 48.154 del estrato 4, 4.800 del estrato 5 y 8.401 del estrato 6 de la ciudad de Bucaramanga.</p>
Proceso de muestreo	<p>El tipo de muestreo es probabilístico donde el tamaño de la muestra estimado para la proporción poblacional tendrá un margen de error de 8%, donde la población de éxito será del 50% y la probabilidad de fracaso será de 50%, así como un porcentaje de confiabilidad del 95%.</p> $n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$ <p>Dónde: ra está conformada por 10215²⁰ familias de los</p>

²⁰ DANE. "Población Bucaramanga 2014". [EN LÍNEA]. [CONSULTADO EL 19 DE AGOSTO DE 2014]. Disponible en: www.dane.go.co

	<p>4,5 y 6 de Bucaramanga. n: (N) 10215 dad de éxito (P) 50% dad de fracaso (q) 50% confianza (1 – α) 95%: 0.95/2= 0.475 estandarizada (Z) Luego Z (a= 0.475)= 1.96 estral e 8 %</p> $n = \frac{61355 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{0.08^2(61355 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 150$ <p>Cuadro 3. Distribución de Familias por Estrato</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Estrato</th> <th># familias</th> <th>% participación</th> <th># Encuestas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>48.154</td> <td>78%</td> <td>118</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>4.800</td> <td>8%</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>8.401</td> <td>14%</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>61.355</td> <td>100%</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>	Estrato	# familias	% participación	# Encuestas	4	48.154	78%	118	5	4.800	8%	12	6	8.401	14%	20	Total	61.355	100%	150
Estrato	# familias	% participación	# Encuestas																		
4	48.154	78%	118																		
5	4.800	8%	12																		
6	8.401	14%	20																		
Total	61.355	100%	150																		
Alcance	Cobertura geográfica de la investigación es la ciudad de Bucaramanga.																				
Tiempo de aplicación	El tiempo de aplicación del instrumento será de aproximadamente 30 días, a partir de 19 de Marzo del 2015																				

2.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la encuesta

1. ¿Cuántas personas conforman el hogar?

Cuadro 4. Número de Personas en el Hogar

frecuencia	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Total	%	Punto Medio Intervalo	Promedio Ponderado
Entre 1 y 2	2	8	10	20	14%	1,5	0,20
Entre 3 y 4	99	2	6	107	71%	3,5	2,5
Más de 4	17	2	4	23	15%	2	0,3
Total	118	12	20	150	100%		3,0

Gráfica 1. Conformación del Hogar



Análisis: Según los resultados obtenidos el 71% de los hogares están conformados entre 3 y 4 integrantes, el 15% lo conforman entre 1 y 2 personas y el 14% restante están conformados por más de cuatro integrantes ; con el promedio ponderado se determina que cada hogar está conformado por 3 integrantes en promedio, lo que beneficia al proyecto teniendo en cuenta que en las familias encuestadas cabe la posibilidad que estén conformadas por menores de edad por lo cual con buenas estrategias de mercado se puede ser partícipe de este mercado.

2. ¿Teniendo en cuenta las edades relacionadas responda cuantas personas se encuentran en el hogar en ese rango de edad?

Cuadro 5. Rango de Edades

Rangos	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	números de niños	%	Intervalo	Promedio Ponderado
entre 0 y 3 años	137	18	12	167	46%	1,5	0,7
Entre 4 y 7 años	60	20	15	95	26%	5,5	1,4
Entre 8 y 11 años	72	18	12	102	28%	9,5	2,7
Total	269	56	39	364	100%		4,8

Gráfica 2 . Rango de Edad



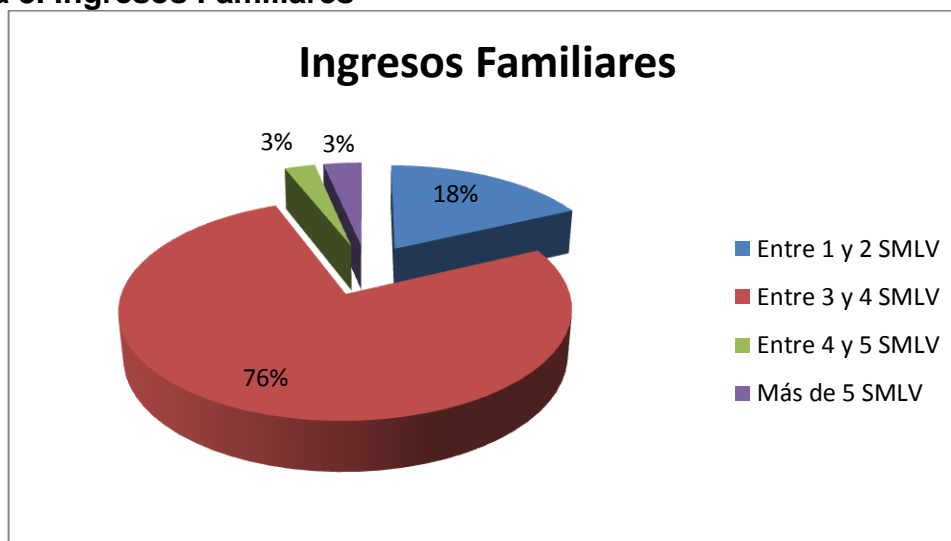
Análisis: Según las respuestas de las familias encuestadas, se encontraron 167 niños entre la edad promedio de 1,5 años esto corresponde a un 46% del total, 95 niños la edad promedio es de 5 años que corresponde al 26% y 102 se encuentra en los 9 años con el 28%; en general tenemos una edad promedio de 4,8 años esto para el proyecto es muy positivo teniendo en cuenta que va dirigido principalmente a satisfacer las necesidades de los infantes y con buenas estrategias de mercadeo se puede cautivar este mercado.

3. ¿Los ingresos familiares mensuales oscilan entre?

Cuadro 6. Ingresos Mensuales Familiares

Ingresos	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Frecuencia	%	Punto Medio Intervalo	Promedio Ponderado
Entre 1 y 2 SMLV	23	4	0	27	18%	1,5	0,3
Entre 3 y 4 SMLV	95	8	11	114	76%	3,5	2,7
Entre 4 y 5 SMLV	0	0	4	4	3%	4,5	0,1
Más de 5 SMLV	0	0	5	5	3%	2,5	0,1
Total	118	12	20	150	100%		3,1

Gráfica 3. Ingresos Familiares



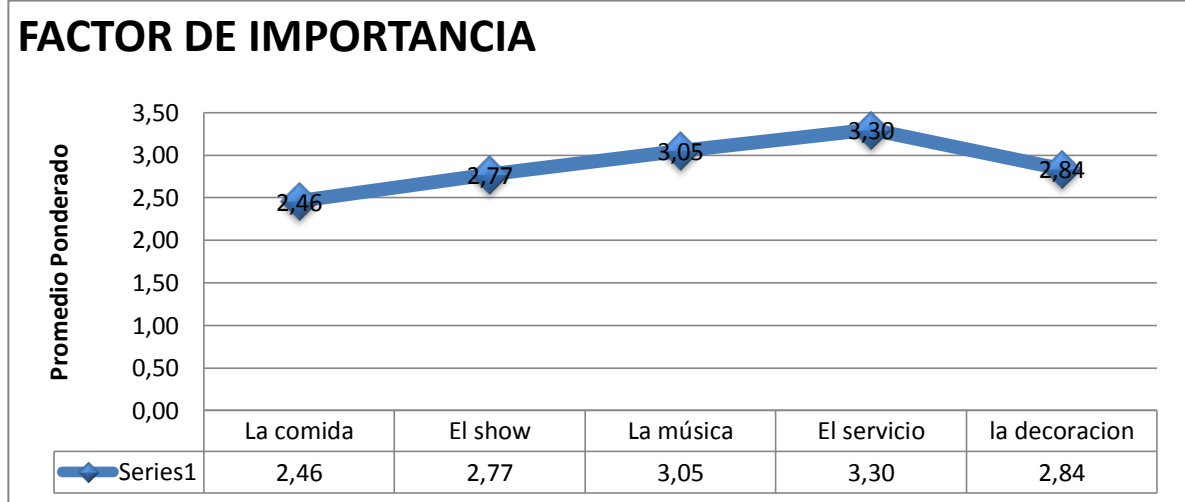
Análisis: Se observa que el 76% de las familias tienen ingresos entre 3 y 4 salarios mínimos legales vigentes, el 18% entre 1 y 2 SMLV, el 3% entre 4 y 5 SMLV y el otro 3% de los encuestados supera los 5 salarios mínimos legales vigentes, con lo que se deduce que en promedio una familia tiene ingresos de 3.1 salarios mínimos legales vigentes lo que es positivo para el proyecto porque las familias encuestadas tienen la capacidad económica de adquirir los servicios de la nueva empresa.

4. Califique de 1 a 5 cada factor, sobre la importancia de un evento infantil, siendo 5 el de mayor valor y 1 el de menor valor.

Cuadro 7. Factor de Importancia

Factor de Importancia	Frecuencia					Total	Total (Vx R)	Promedio Ponderado	Valorización Final
	1	2	3	4	5				
La comida	59	22	25	29	15	150	369	2,46	1°
El show	38	32	34	18	28	150	416	2,77	2°
La música	22	28	32	56	12	150	458	3,05	4°
El servicio	21	30	35	11	53	150	495	3,30	5°
la decoración	34	36	22	36	22	150	426	2,84	3°

Gráfica 4. Frecuencia de Factores de Importancia



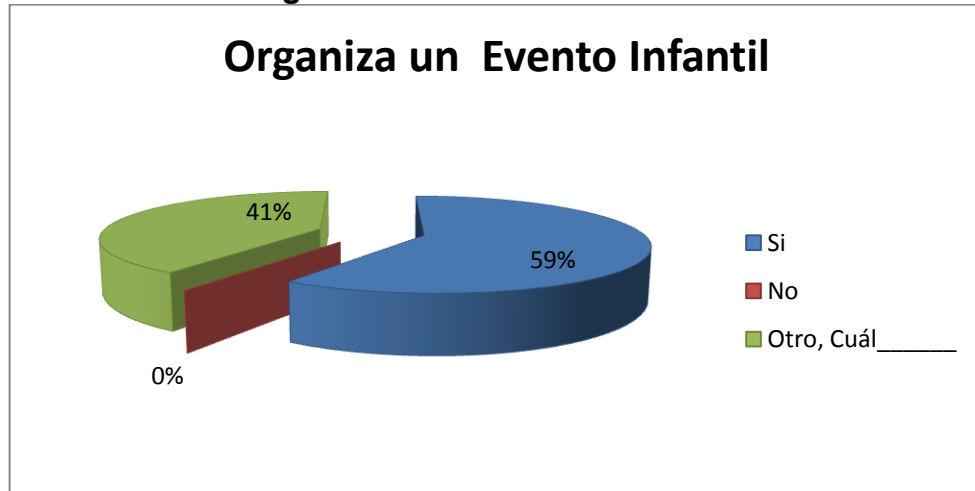
Análisis: Organizando las respuestas de los encuestados se puede decir que el factor más importante de un evento es el servicio, con un personal calificado se puede hacer diferencia frente a los competidores, como segundo se tiene la música, es parte fundamental de un evento infantil pues ayuda a estimular la creatividad y la imaginación; en tercer lugar se tiene la decoración, en el caso de los eventos infantiles es lo que más impacta a los niños puesto que los hace sentir en ese mundo mágico, en cuarto lugar se tiene el Show, es la parte más divertida de un evento infantil donde interactúan los niños y adultos, y de último la comida aunque esté en esta posición no quiere decir que no sea importante por lo contrario un excelente plato y acorde a la ocasión es lo que más puede sobresalir. La nueva empresa con este estudio ve los factores que pueden ser diferenciadores y los cuales se puede mejorar para que también sean de gran importancia ante los clientes y generen un buen impacto a los niños.

5. ¿Al momento de celebrar una fecha especial a su hijo(a) contrata la organización del evento?

Cuadro 8. Contrata la organización

Frecuencia	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Frecuencia	%
Si	67	7	15	89	59%
No	0	0	0	0	0%
Otro, Cuál _____	51	5	5	61	41%
Total	118	12	20	150	100%

Gráfica 5. Contrata La organización



Análisis: Se observa que el 59% de las familias encuestadas en fechas especiales como cumpleaños organizan un evento infantil para sus hijos, un 41% organiza otros tipos de eventos tales como salidas a parques de diversiones, cine, paseos entre otras. De lo anterior para el proyecto se puede determinar que existe una buena oportunidad para competir en el mercado, y además de que la empresa contará con juegos electrónicos, juegos deportivos, juegos tradicionales y una sala de cine, hará la diferencia con respecto a nuestros competidores en lo que a organización de eventos Infantiles se refiere.

6. ¿De las siguientes empresas organizadoras de eventos infantiles, cuál es la más reconocida para usted?

Cuadro 9. Empresas Organizadoras de Eventos Infantiles

Frecuencia	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Frecuencia	%
Happy City	32	2	6	40	45%
McDonald's	20	5	7	32	36%
Archie's Pizza	9	1	4	14	16%
Otra, Cuál _____		3		3	3%
Total	61	11	17	89	100%

Gráfica 6. Empresas que realizan Eventos Infantiles



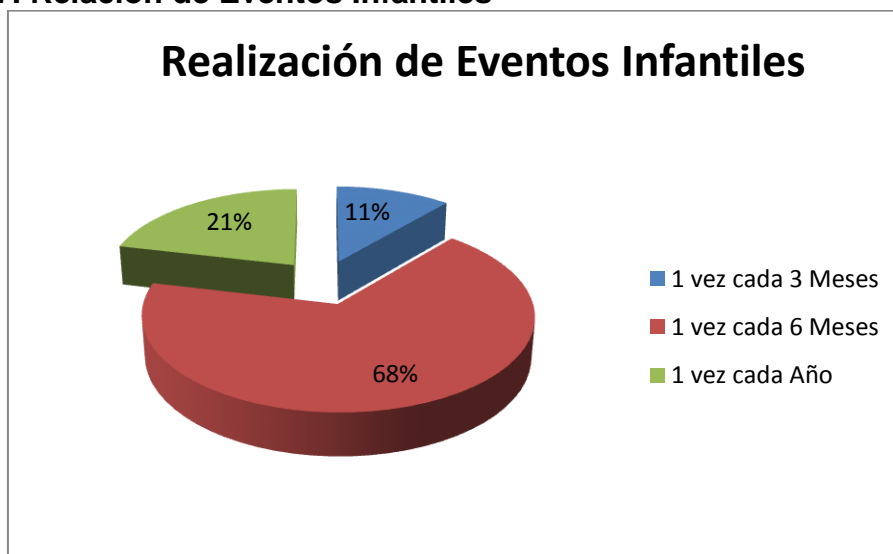
Análisis: Con esta pregunta se concluye que la empresa más conocida que se realicen eventos infantiles es Happy City 45%, McDonald's con el 36%, y Archie's Pizza con el 16% y el 3% conoce a otras empresas que organizan eventos, con lo anterior se pudo identificar cuáles pueden ser nuestros competidores más fuertes en este mercado de eventos infantiles, por tanto creando un portafolio de servicios y paquetes innovadores se puede cautivar un nuevo mercado.

7. ¿Con qué frecuencia al año realiza un evento infantil?

Cuadro 10. Frecuencia de Realización de Eventos Infantiles

Motivo	Estratos			Número de respuestas	%	Intervalo	Promedio Ponderado
	4	5	6				
1 vez cada 3 Meses	7	0	3	10	11%	2	0,22
1 vez cada 6 Meses	42	8	10	60	68%	4	2,36
1 vez cada Año	12	3	4	19	21%	1	0,21
Total	61	11	17	89	100%		2,80

Gráfica 7. Relación de Eventos Infantiles



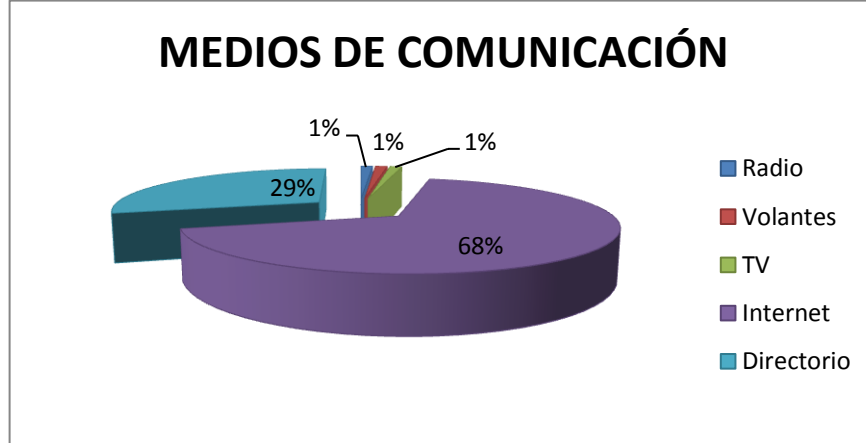
Análisis: Se observa que el 21% de los encuestados por lo menos 1 vez al año organiza o realiza algún tipo de evento infantil, 68% organiza 1 evento cada seis meses, un 11% hace 1 cada tres meses, de lo anterior para el proyecto se puede determinar que en promedio las familias organizan 2,80 eventos infantiles al año lo que muestra que hay una oportunidad de competir en el mercado en la organización de eventos Infantiles.

8. ¿A través de qué medio se ha enterado de la existencia de estas empresas de eventos infantiles?

Cuadro 11. Medios de Publicidad más consultados

Medio	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Número de Respuestas	Porcentaje %
Radio	1	0	0	1	1%
Volantes	1	0	0	1	1%
TV	1	0	0	1	1%
Internet	44	7	9	60	68%
Directorio	14	4	8	26	29%
Total	61	11	17	89	100%

Gráfica 8. Medios de Comunicación



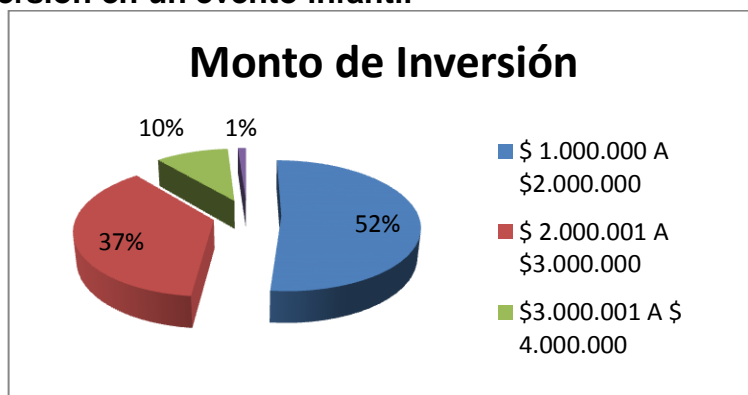
Análisis: se observa que el 68% de las familias encuestadas la Internet es el medio más utilizado para encontrar o contactar empresas organizadoras de eventos infantiles y como segundo medio se tiene el directorio telefónico con un 29%. Para el proyecto es de gran importancia saber cuál es el medio más utilizado por los clientes al momento de contratar una empresa para sus eventos, pues para la publicidad de los servicios serían los más consultados.

9. Teniendo en cuenta que un evento infantil consta de un paquete que está compuesto por decoración del lugar, la comida, la música, el show entre otros servicios; según los siguientes rangos, **¿Cuánto es la inversión promedio que realiza en un evento infantil?**

Cuadro 12. Inversión en la Organización de un Evento

INVERSIÓN	Estrato			Total	%	punto medio de intervalo	Precio Ponderado
	4	5	6				
\$ 1.000.000 A \$2.000.000	34	7	5	46	52%	\$ 1.500.000	\$775.281
\$ 2.000.001 A \$3.000.000	22	3	8	33	37%	\$ 2.500.001	\$926.966
\$3.000.001 A \$ 4.000.000	5	1	3	9	10%	\$ 3.500.001	\$353.933
MÁS DE \$4.000.001	0	0	1	1	1%	\$ 2.000.001	\$22.472
TOTAL	61	11	17	89	100%		\$2.078.652

Gráfica 9. Inversión en un evento infantil



Análisis: Se observa que el 52 % de las familias encuestadas invierten entre un rango de \$1'000.000 y \$ 2'000.000, por lo que se puede determinar que una familia invierte en promedio un \$ 2.078.652 en la organización de un evento infantil con las características descritas anteriormente.

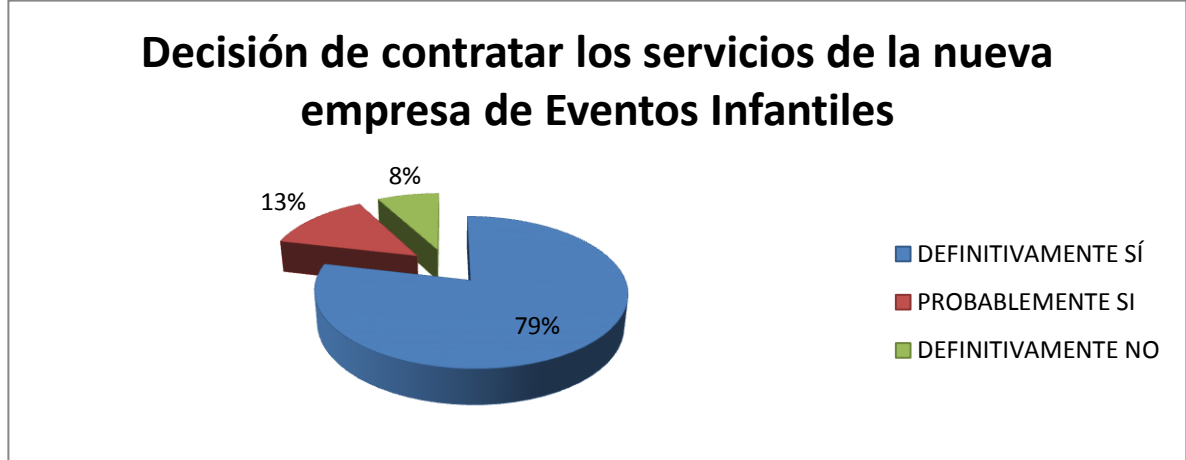
Para la nueva empresa de eventos tiene un gran reto en prestar un servicio que se ajuste al presupuesto del cliente pues sería una gran estrategia para abarcar a los clientes que su presupuesto en promedio sea de \$ 2.078.652 Esto demuestra la conveniencia de que la nueva empresa diseñe un portafolio de servicios flexible y adecuado a los presupuestos de cada familia.

10. ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir el servicio de organización de eventos infantiles de una nueva empresa en Bucaramanga con instalaciones propia, dotada de diferentes juegos infantiles para realizar el festejo de su hijo(s)?

Cuadro 13. Decisión de contratar los servicios de la nueva empresa

RESPUESTAS	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	FRECUENCIA	%
DEFINITIVAMENTE SÍ	48	8	14	70	79%
PROBABLEMENTE SI	8	2	2	12	13%
DEFINITIVAMENTE NO	5	1	1	7	8%
TOTAL	61	11	17	89	100%

Gráfica 10. Decisión de contratar los servicios de la nueva empresa



Análisis: El estudio permite conocer una tendencia alta de hogares que desean contratar los servicios de organización de eventos con la nueva empresa, equivalente al 79%, un 13% probablemente Sí contrataría los servicios de la nueva empresa pero bajo unas condiciones como buenos precios, buen servicio y buena calidad, el resto de la población que no contrataría con la nueva empresa aclara a que su decisión se debe al precio del servicio y por tratarse de pequeños eventos que suelen organizar ellos mismos. Lo anterior permite establecer excelente viabilidad a nivel de mercados de los servicios del proyecto.

2.4.6 Estimación de la demanda Basados en la información que se ha recolectado, en la aplicación del cuestionario; se pretende realizar la estimación de la demanda, mediante la técnica de Inferencia estadística, para el primer año de oferta de la prestación del servicio de organización de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 5. ¿Al momento de celebrar una fecha especial a su hijo(a) contrata la organización del evento?

Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia realiza un evento infantil?

Demanda Estimada:

61.355 Hogares X 59 % que estarían dispuestos definitivamente a contratar los servicios de la nueva empresa = 36.199 hogares.

Para calcular el número de eventos anuales por hogar se tendrá en cuenta el promedio calculado en la pregunta 7 que corresponde a 2.80, por lo cual se obtiene:

$$36.199 \text{ hogares} \times 2.80 = 101.358 \text{ eventos/año.}$$

2.4.7 Proyección de la Demanda Proyección de la Demanda a 5 años. Para la proyección de la demanda se tomó como base la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Bucaramanga suministrada por el DANE que es del 0.97%²¹. De esta forma la proyección de la demanda para los próximos 5 años es la siguiente:

Cuadro 14. Proyección de la Demanda a 5 años

Año	Mercado Objetivo	Familias Dispuestas a adquirir el servicio	Tamaño del mercado potencial evento/ año
2016	61.355	36.199	101.358
2017	61.950	36.550	102.341
2018	62.551	36.905	103.334
2019	63.158	37.263	104.336
2020	63.770	37.624	105.348

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Análisis de la Situación actual de la competencia

Necesidades de información. Para conocer la oferta se requiere tener conocimiento sobre unos aspectos fundamentales respecto a:

- Tipo de empresa que posee.
- Tipo de actividades que desarrolla.
- Clientes habituales.

²¹ DANE. Tasa de Crecimiento Poblacional de Santander. [en línea] [Consultado el 03/10/2014] Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/icer/2010/santander_icer__10.pdf

- Forma de darse a conocer en el mercado.
- Precio Promedio de los servicios que presta.
- Cantidad y frecuencia de sus servicios.
- Calidad en el servicio y el post servicio.
- Estimativos de los ingresos mensuales.

2.5.2 Análisis de la Situación actual de la competencia Se realiza un análisis de la competencia utilizando fuentes secundarias, con el fin de conocer la situación actual de los competidores más representativos, para estar al tanto de sus debilidades, fortalezas y atributos diferenciadores y poder mejorar el servicio prestado y los precios ofrecidos.

Actualmente en el mercado existen servicios similares que están disposición del consumidor que requiera de la organización de su evento infantil, alguna de las empresas más contratadas son: Happy City, McDonald's y Archie's pizza, cada una cuenta con su propio portafolio de servicios que el cliente puede escoger según la ocasión.

Cuadro 15. Situación Actual de la Competencia

FACTOR	COMPETIDORES DIRECTOS		
	HAPPY CITY	McDonald's	Archie's pizza
UBICACIÓN	Av. Quebrada Seca Cr 33 A 19, C.C. Megamall	Carrera 36 # 44-73 Barrio San Pio	Calle 42 # 33-11 Barrio Sotomayor
PRODUCTOS O SERVICIOS	Venta y fabricación de productos electrónicos. Fiestas Infantiles Fiestas empresariales Programas de recreación en colegios y jardines.	Venta de comidas rápidas, Hamburguesería y Heladería. Fiestas Infantiles. Domicilios	Restaurante de comidas Casual. Comida Italiana. Productos Frescos. Reserva de eventos, Cumpleaños, Bautizos, Primera comunión, grados, entre otros tipos de eventos sociales.

FACTOR	COMPETIDORES DIRECTOS		
	HAPPY CITY	McDonald's	Archie's pizza
Precios por evento Infantil	\$438.000 por 3 Horas x 20 niños Precio promedio por niño \$21.900	\$ 365.000 por 3 horas x 15 niños Precio promedio por niño \$24.333	\$800.000- \$900.000 por 3 horas x20 Niños Precio Promedio por niño \$42.500
Participación en el mercado	31%	34%	14%
DEBILIDADES	No hay sala de espera para los padres. Los eventos infantiles no son privados. Baja capacidad Locativa	Baja capacidad locativa Poca variedad en el Menú. No cuenta sino con un solo juego infantil.	Precios Altos No cuenta con juegos infantiles.
FORTALEZAS	Cuentas con juegos mecánicos y juegos electrónicos. Cuenta con un portafolio variado de servicios. Precios Asequibles.	Cuenta con un portafolio variado de servicios. Precios Asequibles. Entrega una cajita Feliz al festejado durante un año. Personal capacitado.	Cuenta con un portafolio variado de servicios. Personal capacitado para las actividades recreativas. Tiene buena capacidad locativa.

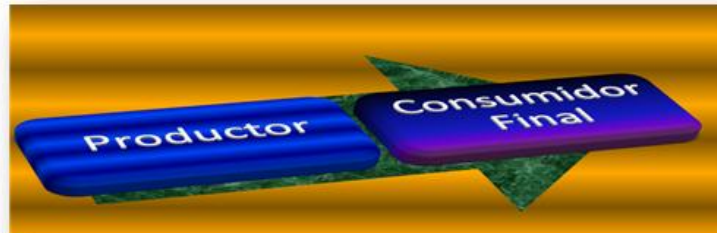
2.5.3 Demanda pontencial insatisfecha Actualmente no se cuenta con datos estadísticos de la competencia directa para determinar la oferta existente, por tanto se considera la demanda satisfecha pero con los atributos diferenciadores de la nueva empresa se entrará a competir en el mercado ya existente.

2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.6.1 Estructura de los canales actuales. La estructura actual de los canales de comercialización propia del servicio de organización de eventos en la ciudad de Bucaramanga para llevar el servicio al consumidor final es canal directo. Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso de producción y la actividad de venta requieren a menudo un contacto personal entre el productor y el consumidor, por

lo tanto, se emplea un canal directo. Canal de Marketing Directo: Canal de Marketing que carece de niveles intermediarios, Productor y consumidor Final.

Imagen 6. Canal de Marketing Directo



2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales Por las características del servicio prestado, las ventajas y desventajas deben ser consideradas a partir de los componentes del marketing estratégico: Plaza, promoción, producto y precio.

Cuadro 16. Ventajas y desventajas de los canales actuales.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
-Se minimizan costos por el no pago de comisión a intermediarios.	- Irregular constancia en el servicio por compromisos previos de las empresas oferentes.
-Prestación del servicio por la misma persona con el cual se contrata, por lo tanto los requerimientos del servicio y precio se tornan flexibles.	-Menos cubrimiento del servicio a falta de alianzas estratégicas con empresas afines.
-Se implementan estrategias efectivas de promoción y publicidad de forma personalizada.	-Mayor inversión activos fijos.
-Se tiene la posibilidad de evaluar el servicio prestado, además de haber retroalimentación constante del mismo.	

2.6.3 Selección de los canales de comercialización La empresa de Eventos Infantiles, elige el canal de distribución teniendo en cuenta los costos, el control que se tiene sobre las políticas de precios, promoción al consumidor, calidad del servicio y conveniencia para el consumidor final.

EL canal de distribución que se selecciona es el **Canal Directo**.

Cabe anotar que las empresas asociadas y unipersonales del sector de eventos que por alianza prestarán servicios a nuestra empresa no se consideran intermediario del servicio en razón a que esta última es quien oferta, ejecuta y responde por el evento.

Imagen 7. Canal de Comercialización de la Empresas de Eventos Infantiles



2.7 PRECIO

2.7.1 Análisis de precios de la competencia Ante la imposibilidad de averiguar precios estándares manejados por la competencia, se realiza un Benchmarking a las empresas oferentes que se consideran competencia directas respecto a servicios específicos como decoración, plato de comida, alquiler de salones, animación, entre otros.

En el siguiente cuadro se presenta los precios en que oscilan los diferentes servicios todos varían de una empresa a otra, los precios se establecen según las exigencias de los clientes y a la cantidad de servicio a contratar.

Cuadro 17. Precios de La Competencia

EMPRESA	PRECIOS	Cantidad de Niños	Duración del Evento
HAPPY CITY	\$438.500 HASTA \$600.000	Entre 20 y 35 Niños	Entre 3 y 4 horas en promedio
McDonald's	\$365.000 hasta \$550.000	Entre 15 y 30 Niños	3 horas en promedio
Archie's pizza	Desde los \$ 800.000	Entre 20 y 30 Niños	3 horas en promedio
EMPRESA	PRECIOS DE OTROS COMPETIDORES	Cantidad de Niños	Duración del Evento
EVENTOS PREMIER	2'500.000 a los 5'000.000	Depende de la cantidad de invitados, pero como mínimo 40	6 Horas, cada hora extra de duración del evento lo asume el cliente.
ARTE EVENTOS	Desde los 2'000.000 hasta los \$ 7'000.000	Depende del número de invitados y el lugar donde escoja el cliente para realizar el evento, en el salón de la empresa mínimo 50 niños máximo 100	La duración es de 5 a 6 horas.
EVENTOS DANUBIO	Desde los \$2'500.000 hasta los \$ 7'500.000	Depende del número de invitados y el lugar donde escoja el cliente para realizar el evento, en el salón de la empresa mínimo 50 niños máximo 100	Duración de 7 horas
AGASAJOS Y FESTEJOS ROJAS	Desde \$2'000.000 hasta los \$6'000.000	Si es en el salón de festejos de la empresa máximo 100 invitados esto incluye entre niños y adultos. En promedio 80 niños.	Duración de 6 horas

Como resultado del estudio de la competencia se pudo establecer que el sistema de precios manejado en el sector se basa en los requerimientos del cliente en cuanto a calidad y cantidad de servicio a contratar, de esta manera se establece el precio del servicio luego de calcular una ganancia representativa no inferior al 20% que representa el margen de ganancia operacional de la empresa.

2.7.2 Estrategias de fijación de precios. Una buena estrategia de precio es el único medio que permite obtener ingresos para el negocio, para el establecimiento del precio de venta de los servicios que se estima, se considera el costo en que se incurre al generar el servicio y se agrega un porcentaje de utilidad, además se toma en cuenta el precio en el mercado de los productos y servicios relacionados con los eventos infantiles ofrecidos por otras empresas.

- Una de las maneras que la empresa mercado será manejar precios competitivos.
- Fijar un precio de introducción de acuerdo a la demanda y oferta analizada en la investigación de mercados.
- Analizar semestralmente los precios que se maneja con el fin de hacer un reajuste si fuera necesario.
- Precio previsto del servicio: El precio previsto para los paquetes de eventos infantiles de la empresa estarán entre los \$400.000 y \$1.500.000, asegurando la calidad en el servicio siempre manteniendo precios asequibles para todos los estratos familiares de la ciudad de Bucaramanga.

ESTRATEGIA:

- Utilizar un precio de penetración, hasta posicionar a la Empresa en el mercado por la calidad del servicio que presta. Manejar dos formas de pago, la primera al contado y la segunda el prepago.
- Se reducirá el porcentaje de utilidad en el precio de venta. Al contado: 60% del costo total el momento de establecer el contrato y el 40% restante al concluir el evento. Prepago: tres meses antes del evento.

Fijación de precios para penetrar en el mercado: En lugar de establecer un precio inicial elevado para aprovechar segmentos de mercado pequeños pero

redituables , la empresa fijará precios bajos en los servicios a prestar, inicialmente para penetrar en el mercado con rapidez y profundidad, es decir, para atraer a una gran cantidad de clientes rápidamente y ganar una gran participación de mercado. El alto volumen de prestación de organización de eventos da como resultado la caída de los costos, lo que permite a la compañía reducir aún más su precio. Para que esta estrategia de precios bajos funcione es necesario cumplir con varias condiciones, primero el mercado debe ser muy sensible a los precios para que el precio bajo produzca un mayor crecimiento de mercado, segundo los costos de producción y distribución deben disminuir conforme el volumen de ventas aumenta, por último los precios bajos deben ayuda a impedir la entrada de nuevos competidores y la compañía debe mantener su posición de precios bajos, de otro modo la ventaja de precio sólo será temporal.

2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.8.1 Objetivos El programa publicitario y promocional de la empresa organizadora de eventos estará dirigido a los hogares del estrato 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, en busca de crear una actitud favorable y solidaria para la prestación de un servicio excelente.

Se enfocará a los siguientes objetivos:

- Informar mediante un plan publicitario la nueva empresa que entrará al mercado, obteniendo de esta manera la demanda primaria del servicio.
- Persuadir al cliente mediante estrategias de publicidad y promoción de que siga adquiriendo el servicio y de esta forma contar con una demanda selectiva y así poder contrarrestar la competencia.
- Analizar los diferentes medios que obtienen más éxito a la hora de que el cliente recuerde nuestro servicio.

2.8.2 Logotipo Para efectos legales de la empresa de eventos se llamará Empresa organizadora de eventos Infantiles, “**WORLD KID´S**”. El logo de la empresa es algo sencillo se tomaron seis colores el amarillo, Azul, Rojo, Verde, Morado, Naranja y Negro para darle una imagen de diversión al logotipo.

Amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría. Tonos de color amarillo dorado implican la promesa de un futuro promisorio. Se ha comprobado que el color amarillo provoca pensamientos creativos.

Azul: Es uno de los colores más populares y poderosos. Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez.

Rojo: El rojo está asociado con diferentes sentimientos como coraje y valentía, y fuertemente ligado a la pasión y el amor. Reconocido como un estimulante, la cantidad de rojo está directamente relacionado con el nivel de energía percibido.

Verde: El verde es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales.

Púrpura: Aporta la estabilidad del azul y la energía del rojo, se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. También es asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia y dignidad.

Naranja: El naranja es un color cálido, vibrante y extravagante. Transmite energía combinada con diversión, es el color de las personas que toman riesgos y son extrovertidas y desinhibidas. Significa aventura, optimismo, confianza en sí mismo, sociabilidad y salud. También sugiere placer, alegría, paciencia, generosidad y ambición.

Negro: El color negro está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio. Es autoritario y puede evocar emociones fuertes, su exceso puede ser abrumador.

Imagen 8. Logotipo de la empresa Organizadora de eventos Infantiles.



2.8.3 Slogan. Motiva a contratar los servicios de la empresa organizadora de eventos, buscando el profesionalismo del servicio y cumpliendo con la satisfacción del cliente.

“Trae tus sueños, aquí lo hacemos realidad”

2.8.4 Análisis de medios Existen en el mercado una serie de herramientas importantes para ayudar a vender el producto, ellos son los medios publicitarios y son los siguientes:

- Portafolio de Productos
- La radio
- Televisión
- Volantes
- Tarjetas de presentación
- Directorio
- Vitrinas
- Internet

2.8.5 Selección de medios El medio de publicidad y promoción será ejecutado en línea, ya que se planea desarrollar una página Web o portal, en el cual se montará toda la información de la empresa y los servicios que ésta pretende ofrecer a sus consumidores o clientes potenciales, con el fin de atraer a los clientes de una manera interactiva y oportuna para efectos de acuerdos comerciales. Este se desarrollará en el portal de Google.com.

No obstante se utilizarán los medios de comunicación más comunes como es el caso de la radio para informar y documentar la empresa y sus servicios, logrando posicionar publicitariamente a la empresa organizadora de eventos infantiles ante el mercado local.

Otro medio será la creación de tarjetas de presentación de color negro y letras blancas, en la parte de adelante llevará el logo de la empresa y los números para contactarse con la empresa, representantes y en la parte de atrás llevará los servicios prestado por la empresa.

2.8.6 Estrategias Publicitarias Para captar la atención de un mercado cada vez más exigente y competitivo las estrategias deben ser creativas, innovadoras y atrevidas, que logren convencer a los clientes potenciales de adquirir el servicio.

La empresa tendrá en cuenta las siguientes estrategias:

- Implementación de un programa de lanzamiento en el cual se dará a conocer la empresa y sus servicios; al igual que sus proyecciones y capacidades con las cuales participara en el mercado.
- Presentar mediante portafolio de servicios, la empresa sus ventajas o valores agregados que esta tiene para ofrecer a sus clientes.
- Participar en eventos empresariales, ferias locales, con el objeto de impulsar y dar a conocer el portafolio de servicios de la empresa organizadora de eventos.
- Ofrecer tarifas especiales para los clientes teniendo en cuenta el volumen de los servicios demandados y la fidelidad con la empresa.
- Distribuir a través de una agencia de mensajería volantes publicitarios en los hogares que conforman el mercado objetivo.

2.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.8.7.1 De lanzamiento.

- **PORTAFOLIO DE SERVICIOS:** El medio de publicidad y promoción será ejecutado en línea, ya que se planea desarrollar una página Web o portal, en el cual se montará toda la información de la empresa y los servicios que ésta pretende ofrecer a sus consumidores o clientes potenciales, con el fin de atraer a los clientes de una manera interactiva y oportuna para efectos de acuerdos comerciales el costo es de \$200.000. Este se desarrollará en el portal de Google.
- **ELABORACIÓN DE TARJETAS:** Se diseñarán y elaborarán tarjetas de presentación, con los datos básicos de la empresa y los servicios cuyos costos ascienden a \$250.000.
- **MENSAJES PUBLICITARIOS:** Utilización de medios publicitarios de mayor éxito en ese tipo de servicios como los mensajes radiales, esta acción se desarrollará durante los primeros 15 días antes de que la empresa inicie sus actividades y tendrá un costo de (3) cuñas radiales diarias de lunes a sábado en la emisora RUMBA ESTÉREO de la ciudad de Bucaramanga por valor de \$450.00 mensuales.

2.8.7.2 De operación Se hará uso de los medios publicitarios de mayor éxito para este tipo de servicios como son los volantes que tendrán un valor unitario de \$300 de las cuales se elaborarán 200 mensuales y se continuarán con las cuñas radiales las cuales son tres diarias de lunes a sábado y tendrán un valor de \$450.000 mensuales.

Cuadro 18. Presupuesto de Publicidad y Promoción para el Primer año

ETAPA	Tipo de Publicidad	Acciones	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
DE LANZAMIENTO	Portafolio de servicios	Diseño de la página web y reproducción	1	\$200.000	
	tarjetas personales	Diseño y reproducción	500	\$230.000	
	Mensajes publicitarios	Emisión de cuñas radiales	72	\$450.000	
Subtotal			573	\$870.000	
DE OPERACIÓN	Portafolio de servicios	Mantenimiento Página Web	1	\$15.000	\$180.000
	Mensajes publicitarios	Emisión de cuñas radiales	36	\$225.000	\$2.700.000
		Elaboración y entrega de volantes	100	\$30.000	\$360.000
Subtotal					\$3.240.000
Total Primer año					\$4.110.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del servicio, el cual supone: la determinación del tamaño más conveniente teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado, la identificación de la localización final apropiada y la selección del modelo tecnológico y administrativo que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles para la prestación del servicio de eventos.

Algunos de estos factores sometidos al estudio son: La localización la cual debe adecuarse a las necesidades de los clientes y del proyecto, buscando la mayor comodidad para ambos, otro de gran importancia es el proceso a seguir para la prestación del servicio que se va a comercializar (organización de eventos), este debe minimizar tiempo, optimizando los costos a través de cada una de sus actividades, junto a estos factores están el control de la calidad, los recursos a utilizar entre otros, buscando la determinación del tamaño del proyecto, de manera que cumpla las expectativas de operación.

Con base en el estudio técnico se plantearán las necesidades de capital, recurso humano, equipos con los cuales se ejecutará el proyecto, por lo tanto, cabe resaltar que esta etapa es fundamental para el estudio de costos y la evaluación financiera, los cuales llevan a establecer la trayectoria a seguir para su puesta en marcha.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de proyecto es el volumen óptimo productivo en un periodo de tiempo, el cual debe estar acondicionado a la conducta de la demanda y la relación con el ingreso y el capital manejado dentro de una empresa bien distribuida. La empresa organizadora de eventos infantiles tendrá el tamaño descrito a continuación:

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. La cantidad de servicios que se desea prestar anualmente, se determinarán de acuerdo con un porcentaje de la demanda efectiva calculada en el estudio de mercados para los servicios de organización de eventos infantiles.

Por lo tanto de los 101.358 eventos infantiles que se determinaron en la demanda Efectiva en la ciudad de Bucaramanga, la nueva empresa “World Kids” participará en el mercado con el 0.164%²², esto teniendo en cuenta que en el mercado se cuenta con muchos competidores que ofrecen servicios similares y anualmente aumentará su participación en un 0.97²³% que corresponde a la tasa de crecimiento poblacional de Bucaramanga como estrategia para aumentar su utilidad, esto es equivalente a:

$$101.358 \times 0.164\% = 166 \text{ eventos anuales.}$$

Cuadro 19. Descripción del tamaño del proyecto

Demanda Efectiva	Participación en porcentaje	Participación Total en el Mercado
101.358	0.164%	166 eventos infantiles anuales

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. A continuación se describen los factores limitantes para la puesta en marcha de la empresa de Eventos como son: capacidad financiera, tamaño del mercado, demanda, disponibilidad del recurso humano, disponibilidad de materiales e insumos, capacidad administrativa y tecnológica, impacto ambiental, localización y disponibilidad de recursos propios y de terceros los cuales deben ir dirigidos a cubrir el mercado objetivo.

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño del proyecto, el cual solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior porque de lo contrario sería muy riesgoso; para el servicio de eventos infantiles, la demanda del servicio es el factor que condiciona el proyecto en mayor grado debido a la característica cíclica del mercado, es decir, una demanda del servicio es afectada por una temporada baja en la contratación del servicio por épocas de vacaciones, fiestas religiosas, puentes festivos, celebraciones de fin de año y feriales o académicos entre otros.

²² ENTREPERNEU.” Calcula participación en el mercado y Punto de equilibrio” “[Consultado 04/10/2015/] Disponible en línea en: <http://www.soyentrepreneur.com/como-desarrollar-tu-plan-paso-a-paso.html>

²³ DANE. Tasa de Crecimiento Poblacional de Santander.[Consultado el 03/10/2014] [en línea] Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/icer/2010/santander_icer__10.pdf

En este sentido, según resultados obtenidos en el estudio de mercados, el tamaño del proyecto podría comprender una cantidad de 101.358 eventos para el primer año, que equivale a la demanda efectiva de Bucaramanga. La participación en la demanda del servicio por parte de la nueva empresa se calculó en el 0.164% de eventos teniendo en cuenta factores de competencia a nivel de la ciudad de Bucaramanga.

3.1.2.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos El tener la suficiente cantidad y calidad de los suministros e insumos es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, por tanto para que este no afecte el tamaño del proyecto se debe tener muy claro los proveedores de las materias primas y su importancia. El requerimiento de insumos necesarios para el normal desarrollo de las actividades de eventos infantiles se centrará básicamente en materiales y equipo indispensable y de uso rutinario en la mayoría de eventos en los cuales se desempeñará la empresa. En este sentido **“World Kids”** adquirirá música y sonido, mesas, silletería, mantelería, menaje, cubertería, vajilla y cristalería, entre otros insumos de tipo específico de cada evento. Dichos insumos no representan restricción alguna para su consecución en la ciudad de Bucaramanga. En relación con la infraestructura locativa de la empresa, está será tomada en arriendo teniendo en cuenta su adaptabilidad y necesidades promedias para los diferentes tipos de eventos.

Por otra parte, en el área administrativa del servicio se hace necesario la compra de muebles y enseres de oficina, equipos de cómputo y comunicaciones, los cuales poseen excelente oferta en el mercado local a precios competitivos y en variadas marcas y niveles tecnológicos, lo cual hace posible que la empresa de eventos tenga la elección en cuanto a calidad y características de los mismos.

3.1.2.3 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos El tamaño del proyecto respecto a la implementación tecnológica está directamente relacionado con factores de competitividad consistentes en la consecución de equipos electrónicos de alta fidelidad y valor agregado para la reproducción de sonido, video y fotografía; así como recursos informáticos básicos que faciliten una gestión adecuada y competitiva en el área administrativa.

Los recursos tecnológicos para el desarrollo de eventos, así como los del área administrativa, correspondientes a equipos de oficina, equipos de comunicación y software, no tienen restricción alguna ya que al nivel de la ciudad es posible conseguir excelente oferta de elementos y equipos necesarios en el objeto social de la empresa o en el resto de país también es muy factible obtener varios equipos principalmente los juegos infantiles necesarios para el proyecto.

3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización No presenta limitante para atender adecuadamente la demanda, en razón a que la infraestructura de la empresa podrá estar ubicada en predios urbanos con excelentes zonas verdes, la cual puede ser adquirida en arriendo sin inconveniente alguno. En la ciudad de Bucaramanga existe un entorno favorable en cuanto a la disposición de local o establecimiento para los objetivos del proyecto. Este factor permite a la empresa contar con varias alternativas de ubicación de acuerdo con los factores de fortaleza que favorezcan la logística del servicio.

3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento Por tratarse de un proyecto de servicios en el cual se aprovecha tanto los recursos propios como de terceros trabajando por sistema de subcontratación, éste no requiere de una inversión relativamente alta, teniendo en cuenta que no se comprará terrenos y edificios para el desarrollo de sus actividades operativas y administrativas. Los autores del proyecto no cuentan con un capital para financiar el proyecto por lo que será necesario recurrir a un crédito a una tasa de 28.93 % E.A.

3.1.3 Capacidad del proyecto. En el análisis de la capacidad del proyecto se tendrán en cuenta los siguientes factores:

- Capacidad total diseñada
- Capacidad instalada
- Capacidad utilizada

3.1.3.1 Capacidad total diseñada Está correspondiente a la máxima capacidad de prestación de servicios según las necesidades reales de la demanda. Su cálculo está directamente relacionado con la participación que tendrá la empresa en la demanda efectiva que tiene planeado prestar en el transcurso de los cinco años de vida del proyecto, teniendo en cuenta que los servicios serán prestados por paquetes según el estudio de mercados.

Para “World Kids” los números de servicios a prestar anualmente se puede determinar de acuerdo con la cantidad de paquetes vendidos, teniendo en cuenta que máximo se podrá prestar cuatro (4) paquetes en el transcurso de las 24 horas del día. Es decir, que trabajando siete (7) días a la semana durante las 52 semanas del año, la máxima capacidad de la empresa se alcanza prestando 1456 paquetes de eventos en el año.

Se aclara que cada evento infantil será prestado por paquetes de servicios, los cuales tendrán un rango y especificaciones de acuerdo con el presupuesto del cliente, los cuales sin embargo, tendrán una duración máxima de seis horas con un promedio de 40 niños más un acompañante por niño.

Cuadro 20. Capacidad diseñada de servicios / año

CONCEPTO	Número de eventos / día	# promedio de Personas por evento	Días al año laborados	Paquetes de servicios /año
Eventos infantiles	4	80	364	1456

3.1.3.2 Capacidad instalada. Se tiene en cuenta el tiempo real de prestación del servicio, según la jornada y número de empleados. Por lo tanto, la capacidad instalada comprende el número de servicios que la empresa ofrecerá en el mercado, condicionado por las horas reales de trabajo de los empleados de la empresa, trabajando dos (2) evento en el transcurso de las 24 horas del día con una duración máxima de 6 horas incluyendo 2 horas del montaje y desmontaje de la escenografía, 6 días a la semana y 52 semanas al año.

Así mismo, se calculó el porcentaje de capacidad instalada de eventos, con base al volumen de servicios de la capacidad diseñada de 1456 paquetes de eventos; en este sentido, la empresa tiene una capacidad instalada para realizar 624 eventos infantiles que corresponde al 42.85%.

Cuadro 21. Capacidad Instalada de servicios / año

CONCEPTO	N° de eventos / día	Días al año laborados	Paquetes de servicios /año	Porcentaje de capacidad instalada
Eventos infantiles	2	312	624	42.85%

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es el porcentaje de la capacidad instalada que se utilizará en las actividades normales de la empresa de eventos conforme a la prestación evolutiva de los servicios en el transcurso de los cinco años del proyecto. El número de eventos a prestar en cada uno de los cinco años de vida del proyecto, fueron calculados en proporción de la demanda insatisfecha (D.I.) para las diferentes actividades de eventos infantiles. Demanda insatisfecha x porcentaje asignado = Capacidad Utilizada. $101.358 \times 0.164\% = 166$

Cuadro 22. Capacidad utilizada y proyectada

Años	Demanda Efectiva	Capacidad instalada	Porcentaje de capacidad instalada	Porcentaje de Participación	Capacidad Utilizada	Porcentaje de capacidad utilizada	Eventos Anuales
1	101.358	624	43%	0,97%	166	27%	166
2	102.341	624	43%	1,94%	169	27%	169
3	103.334	624	43%	2,91%	174	28%	174
4	104.336	624	43%	3,88%	180	29%	180
5	105.348	624	43%	4,85%	189	30%	189

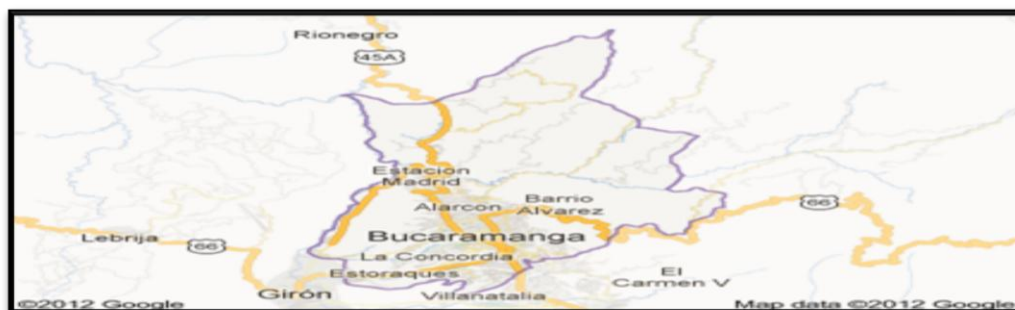
3.2 LOCALIZACIÓN.

La ubicación geográfica de la empresa de eventos será definida priorizando los factores que inciden directamente en la minimización de los costos operativos y administrativos del servicio.

3.2.1 Macro localización (Geográfica) Este estudio busca establecer la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia en el medio. se muestran las características y establece ventajas y desventajas que se pueden dar al momento de ubicar el local. Se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico ya sea en el ámbito internacional, nacional o territorial, sin que cambie la naturaleza del problema.

El presente proyecto se dará en la ciudad de Bucaramanga departamento de Santander, específicamente cabecera área metropolitana sitio concurrido por las familias al cual va dirigido este proyecto. El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander y es la ciudad núcleo del Área Metropolitana de Bucaramanga, también compuesta por Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Se destaca por ser una de las ciudades con un alto nivel de empleo, producto de un importante dinamismo económico. Se divide en 17 comunas cada una de las cuales incluye barrios, asentamientos, urbanizaciones y otros sectores con población flotante. Las comunas del área urbana comprenden 1.341 manzanas y existen alrededor de 200 barrios.

Imagen 9. Macro localización de la empresa de eventos



Fuente: BUCARAMANGA Macolocalizacion [en línea] [20/04/2015] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=10>

3.2.2 Micro localización Por tratarse de un proyecto de factibilidad se hace necesario estudiar factores como costo de servicios públicos, acceso a materias primas, medios de transporte, disponibilidad de mano de obra, seguridad de la zona y canon de arrendamiento que permitan determinar su micro localización; teniendo en cuenta los diferentes puntos cardinales de la ciudad se consideran para este análisis la zona Norte, Sur, Centro y zona industrial; entre estos sectores se seleccionó uno a través del método de puntos que arrojó la siguiente información .

Se tienen tres alternativas:

- Local barrio Prado
- Local Cabecera Carrera 33
- Local Mejoras Publicas Bucaramanga

Cuadro 23. Selección y definición de factores

Factores críticos	Descripción del factor
F1. Cercanos a los centros de interés del servicio	cercanía al sitio donde se desarrolla actividades complementarias y de comercio.
F2. Disponibilidad de recursos logísticos.	Disponibilidad de recursos del servicio, especialmente los subcontratados con terceros.
F3.servicios públicos	Disponibilidad y economía de los mismos
F4. Infraestructura para tomar un arriendo.	Disponibilidad y economía en el arriendo proyecciones de ensanche

Factores críticos	Descripción del factor
F5. Impacto social.	Grado de interés que despierta en el entorno
F6. Acceso a zonas de parqueo.	Existencia de zonas de parqueo en el área del evento cercanas.

División de los factores en grados: A continuación se dividen los factores planteados en tres grados diferentes que permiten medir su beneficio o restricción en la maximización de los recursos.

F1. Cercanos a los centros de interés del servicio (parques e iglesia principal, comercio y centros nocturnos)

- **Distante:** a más de 1 kilómetro de distancia.
- **Cerca:** entre 500 m. y 1 km. De distancia.
- **Muy cerca:** a menos de 500 m de distancia.

F2. Disponibilidad de recursos logísticos.

- **Poca disponibilidad:** escasa disponibilidad de recursos logísticos cercanos al área del evento.
- **Mediana disponibilidad:** hay mediana disponibilidad de acceder a recursos logísticos.
- **Buena disponibilidad:** existe suficiente oferta de recursos logísticos para subcontratar.

F3. Facilidad y economía del transporte

- **Regular:** las vías de transporte al sitio del evento están deterioradas y el pasaje resulta relativamente costoso.

- **Bueno:** Las vías de transporte al sitio del evento están en regular estado y costo del pasaje es normal.
- **Excelente:** la infraestructura vial al sitio del evento es ágil, lo cual evita sobrecostos por fletes y pasajes.

F4. Servicios públicos

- **Normal disponibilidad:** hay disponibilidad de servicios públicos pero debe incurrirse en costos para su adecuación.
- **Buena disponibilidad:** presenta toda la infraestructura de servicios públicos, con algunos limitantes en su adecuación específica.
- **Excelente disponibilidad:** posee toda la infraestructura de servicios públicos en condiciones que exige la empresa de eventos.

F5. Infraestructura para tomar un arriendo.

- **Malas condiciones:** no existe infraestructura adecuada para tomar en arriendo.
- **Aceptable condición:** posee infraestructura locativa disponible para tomar en arriendo, pero se debe hacer adecuaciones.
- **Buenas condiciones:** posee infraestructura locativa adecuada para tomar arriendo, con posibilidades de ensanche y a un precio módico.

F6. Impacto social.

- **Poco atractivo:** despierta poco interés por estar en el área suburbana.
- **Mediana mente atractivo:** afluencia normal de público en el área.
- **Es atractivo:** despierta un gran interés por estar en un lugar céntrico.

F7. Acceso a zonas de parqueo.

- **Regular acceso:** el sitio de ubicación no tiene acceso a parqueadero propio
- **Mediano acceso:** el sitio de ubicación no tiene acceso a parqueadero propio, pero presenta suficiente área de parqueo.
- **Excelente acceso:** el sitio de ubicación tiene acceso a parqueadero propio y/o está cercano a parqueadero público.

Cuadro 24. Ponderación de los factores críticos

Numero de factores	Factores críticos	Puntaje		ponderación
F1	Cercanos a los centros de interés: G1 .distante G2. Cerca G3. Muy cerca.	55 70 80	80	16%
F2	Disponibilidad de recursos logísticos. G1 .poca disponibilidad G2. Mediana disponibilidad. G3. Buena disponibilidad	45 60 70	70	14%
F3	Facilidad y economía de transporte G1: Regular G2: Bueno G3 : Excelente	35 50 60	60	12%
F4	Disponibilidad de servicios públicos G1 .normal disponibilidad G2. Buena disponibilidad G3. Excelente disponibilidad	15 30 40	40	8%
F5	Infraestructura para tomar en arriendo. G1 .malas condiciones G2. Aceptables condiciones G3. Buenas condiciones.	65 80 90	90	18%
F6	Impacto social. G1 .poco atractivo	75		20%

Numero de factores	Factores críticos	Puntaje		ponderación
	G2. Medianamente atractivo G3. Es atractivo	90 100	100	
F7	Acceso a Parqueadero G1. Regular acceso G2. Mediano Acceso G3. Excelente acceso	35 50 60	60	12%
TOTAL			500	100%

Cuadro 25. Determinación de la Ubicación

FACTOR	Local Barrio Prado		Local – Barrio Cabecera		Local Mejoras publica	
	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE
F1	3	80	1	55	2	70
F2	3	70	1	45	2	60
F3	3	60	1	35	2	50
F4	3	40	2	30	3	40
F5	2	80	3	90	1	65
F6	3	100	1	75	2	90
F7	2	50	3	60	2	50
TOTAL		480		390		425


De acuerdo al anterior análisis, se concluye que a pesar de no existir ventajas sustanciales entre el primer y el tercer sitio de ubicación, con el método de puntos se determinó como el mejor sector para la ubicación de la empresa “**World Kids**” En el barrio Prado, donde se encontró un local de 300 m², con 5 salones, 5 baño, Parqueadero, 2 niveles y servicios públicos con un canon de arriendo por valor de \$ 3'000.000 y servicios públicos por un valor promedio de \$ 450.000, el local está ubicado en la carrera 33 # 36-17, desde allí se manejará toda la parte administrativa y es donde se ofrecerán el portafolios de servicios de la empresa, y se realizarán los eventos infantiles.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.


Esta fase del proyecto comprende los aspectos científicos, técnicos y de infraestructura que permiten el proceso de la prestación del servicio.

3.3.1 Ficha técnica del producto Para definir la ingeniería del proyecto se elabora una ficha técnica del servicio con su descripción y el diagrama del proceso de los servicios que presta la empresa organizadora de eventos infantiles, también los recursos humanos y físicos requeridos en el desarrollo del negocio.

Cuadro 26. Ficha técnica Día Súper Especial.

Producto Principal			EVENTOS INFANTILES
Diseño Especial.	Día	Súper	
Diseño del Servicio			<ul style="list-style-type: none"> ● Escoge tu temática favorita (decoración según gusto del cliente) ● Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales. ● Personal especializado para el área de musicalización y animación. ● Pinta caritas ● Globoflexia ● Show de Magia ● Sonido, luces, humo, burbujas ● Chiquitecas ● Comida, El cliente escoge el proveedor entre los siguientes: Mcdonald's, Zirus pizza, Archie's pizza, Jarri's, Mimo's, CREPES & WAFLES, Popsy. ● Ponqué infantil. ● Servicio de Transporte ● Cuidado especializado para los niños, que estará bajo la responsabilidad de profesionales en párvulos.
Especificaciones técnicas			Actividad integral de servicios en pro de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente demandante de un evento infantil.
Vida útil			6 horas

Cuadro 27. Ficha técnica Mundo de Princesas

Producto Principal	EVENTOS INFANTILES
<p>Diseño Mundo Princesas</p>	
<p>Diseño del Servicio</p>	<p>3 recreadores. Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales. Personal especializado para el área de musicalización y animación. Pinta caritas Globoflexia Show de títeres. Show de Magia. Show sorpresa de princesas Rey y reina. Sonido, luces, humo, burbujas Chiquitecas. Actividades de princesa. Perros calientes o mini hamburguesas con papas y gaseosa. Ponqué infantil Decoración temática.</p>
<p>Especificaciones técnicas</p>	<p>Actividad integral de servicios en pro de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente demandante de un evento infantil.</p>
<p>Vida útil</p>	<p>6 horas</p>

Cuadro 28. Ficha Técnica Fiesta Toy Story

Producto Principal	EVENTOS INFANTILES
Diseño Fiesta Toy Story	
Diseño del Servicio	<p>3 recreadores. Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales. Personal especializado para el área de musicalización y animación. Pintacaritas Globoflexia Show de títeres. Show de Magia. Show Buzz Lightyear y Woody. Buzz lightyear y Woody. Sonido, luces, humo, burbujas Chiquitecas. Actividades de Toy Story. Perros calientes o mini hamburguesas con papitas y gaseosa. Ponqué infantil. Decoración temática.</p>
Especificaciones técnicas	<p>Actividad integral de servicios en pro de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente demandante de un evento infantil.</p>
Vida útil	<p>6 horas</p>

Cuadro 29. Ficha técnica Un día en Disney

Producto Principal	EVENTOS INFANTILES
Un día en Disney	
Diseño del Servicio	<p>3 recreadores. Servicio de tarjetería con una impresión de alta calidad y diseños personalizados y originales. Personal especializado para el área de musicalización y animación. Pintacaritas Globoflexia Show de títeres. Show de Magia. Show Buzz Lightyear y Woody. Buzz lightyear y Woody. Sonido, luces, humo, burbujas Chiquitecas. Actividades de Disney Perros calientes o mini hamburguesas con papitas y gaseosa. Ponqué infantil. Decoración temática.</p>
Especificaciones técnicas	<p>Actividad integral de servicios en pro de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente demandante de un evento infantil.</p>
Vida útil	<p>6 horas</p>

3.3.2 Descripción técnica del proceso El servicio a prestar por la empresa “World Kids”. Será promocionada y comercializado en paquetes integrales de actividades estándar, para empezar nosotros tendremos en nuestra oficina un paquete básico que cuenta con lo necesario para un evento Infantil.

Las familias interesadas en hacer uso de nuestros servicios irán a nuestra oficina, allí conocerán las diferentes opciones y tomarán la decisión final. Así mismo nos darán a conocer las ideas que ellos tengan en cuanto a la elaboración y preparación del evento. Llegaremos a un acuerdo y se estipulará una fecha.

Nosotros como empresa organizadora de eventos empezaremos con las cuestiones de logística, contactaremos los proveedores necesarios para los insumos que se requieren, estaremos en contacto con el cliente, informándoles cómo ha avanzado todo y si tienen alguna inquietud o quisieran modificar algo. Por último al tener todo organizado se llevará al cabo el evento. Hay que tener en cuenta que estaremos presentes allí, ya que somos encargados de aspectos como la música, meseros, logística interna entre otras cosas.

Solicitud del cliente

- Identificación de necesidades
- Propuestas a cargo de la empresa
- Cotización del servicio a cargo de la empresa
- Aprobación de la cotización del servicio por parte del cliente (Pago del 50%)
- Diseño del cronograma para la fecha del evento
- Preparación por parte de logística
- Se habla con el cliente últimos detalles
- Traslado y almacenamiento de insumos
- Montaje del evento
- Y Entrega al cliente (Entrada 50% restante del pago total)
- Encuesta de satisfacción

El proceso de venta de los paquetes de servicios de eventos se inicia con la promoción de los mismos en los hogares ubicados en la ciudad de Bucaramanga. En este sentido, la empresa inicia el proceso técnico repartiendo volantes puerta a

puerta, cuñas por radio y por la página web para promocionar los eventos infantiles.

Proceso detallado de un evento:

- 1. Revisión previa:** Se realiza por parte del coordinador del evento, con el tiempo suficiente (1 hora antes del comienzo) con el fin de corroborar el correcto alistamiento y preparación total, y si es el caso tomar los correctivos necesarios.

Se revisaran principalmente los siguientes puntos:

- Aseo general de las áreas del evento y su correcta presentación.
 - Baños: aseo y dotación.
 - Presentación y aseo de mobiliario y equipos.
 - Cantidad de sillas y equipo solicitado y su distribución de acuerdo a lo acordó con el cliente.
 - Funcionamiento de los equipos.
 - Montajes de mesas, aparadores y mesas auxiliares en el caso de banquetes.
 - Personal del servicio: Presentación: personal, si están todos los requeridos, si conocen sus funciones y responsabilidades.
 - Se corrobora si la información ha sido recibida en portería, parqueaderos, cocina, bar, entre otros.
 - Disponibilidad de los servicios adicionales y si no presentan inconvenientes.
 - Cualquier otro detalle.
- 2. Recepción de los asistentes e invitados:** Se revisará el sistema de control de entrada, se contralará las áreas de acceso y de manejo de información. En caso de protocolos que así lo requieren, e organizará los procesos previstos.
 - 3. Ubicación de los asistentes:** Existen tres procedimientos para ubicar asistentes a un evento:

- Ubicación libre: Donde los asistentes pueden acomodarse libremente en cualquier puesto.
 - Ubicación prefijada: Los anfitriones han hecho una distribución de los puestos de acuerdo con protocolos o gustos.
 - Ubicación mixta: Es una combinación de las dos anteriores, hay una zona previamente distribuida y otra de libre acceso.
- 4. Desarrollo de las actividades del evento:** Todo evento cualquiera que sea, debe tener un programa pre-establecido y que debe desarrollar durante el tiempo previsto.
- **Servicio de alimento:** Hay 2 opciones de servicios de alimento, Perros calientes o mini hamburguesas con papitas y el Ponqué infantil. Si el cliente desea otro servicio de alimentación diferente se realizará el cambio.
- 5. Servicio de bebidas:** Existen dos modalidades para servir bebidas:
- **Selección previa:** es cuando se han seleccionado previamente con los anfitriones los tipos de bebidas, las marcas y las cantidades a servir, así como el momento y la forma.
 - **Open bar:** Es cuando los invitados pueden solicitar cualquier tipo de bebida y en la forma que quieran.
- 6. Animación:** En la organización de un evento festivo uno de los elementos más importantes a tener en cuenta es la contratación de un animador y un show.
- 7. Terminación del evento:** Se debe tratar de que los eventos terminen a la hora acordada ya que su prolongación puede ocasionar mayores costos sobre todo en personal (horas extras); también es corriente que el salón esté comprometido para otro evento y necesite de reorganización.

8. **Despedida:** Se debe revisar la cuenta, controlando que corresponda a lo contratado (precio, cantidades), se deben legalizar los extras o sea los consumos que no estaban previstos y adicionarlos a la cuenta.
 9. **Encuestas de satisfacción:** Si el tiempo lo permite se realizan encuestas de satisfacción formales o informales.
 10. **Remontar salón:** Ya sea que haya otro evento o no, se debe dejar organizado el salón utilizado para el evento.
- **Manejo de Desperdicios.**

La empresa “**World Kids**”, llevará un control de desperdicios sólidos con una campaña de reciclaje, que impulsará a los niños a tomar conciencia de la importancia de reciclar en estos días, al igual que los desechos orgánicos expedidos por la empresa, que serán almacenados de manera segura e higiénica. De esta manera aportará al aseo público de la ciudad y a preservar el medio ambiente.

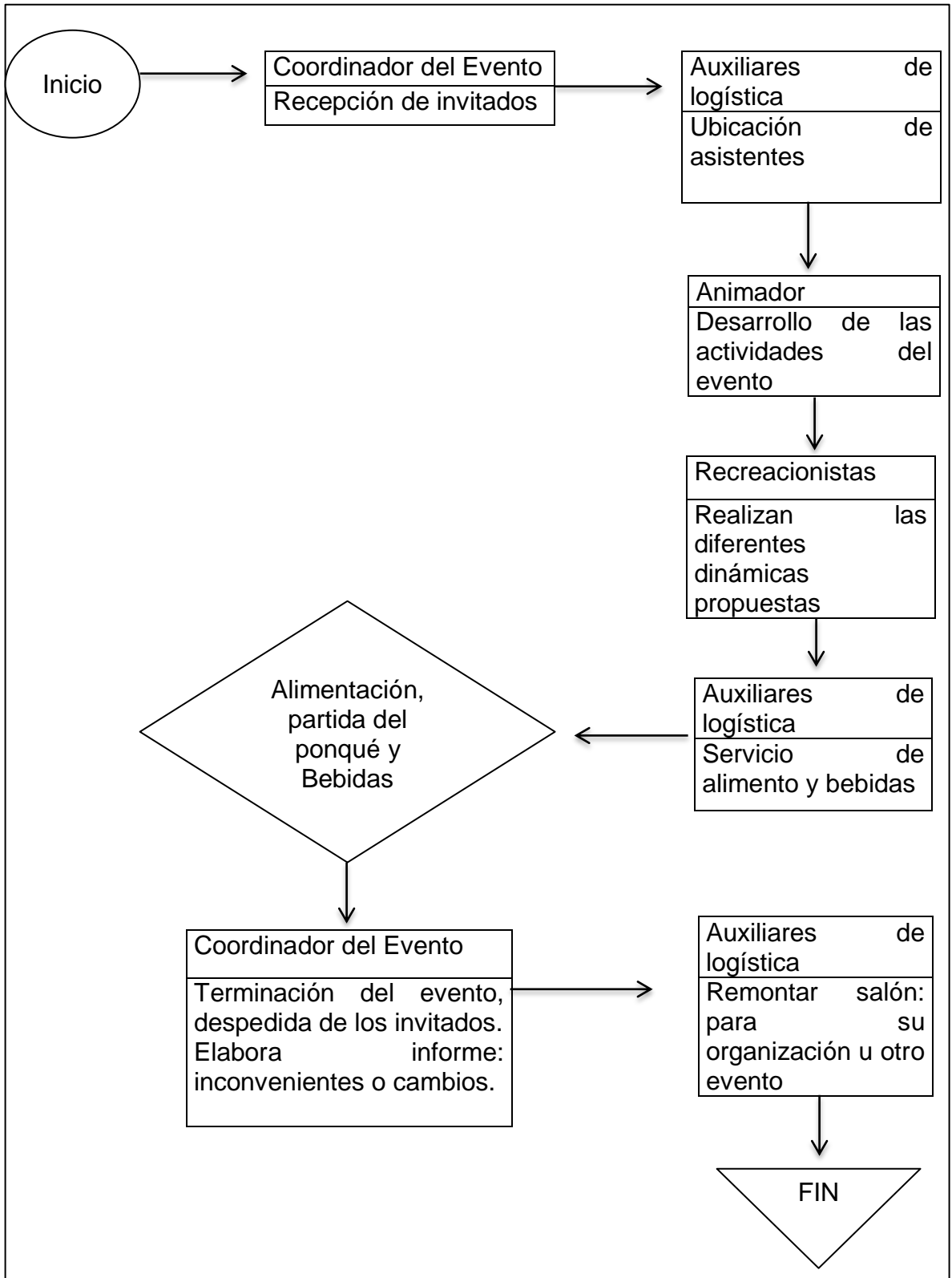
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento A continuación se presenta el diagrama de proceso para la contratación del servicio con el cliente:

Grafica 11. Diagrama de proceso para la contratación del servicio con el cliente

Servicio de contratación



Grafica 12. Procedimiento de un evento Infantil.



3.3.4 Control de Calidad La empresa “**World Kids**” contara con los principios de calidad de la norma ISO 9001:2008 para que tengan un sistema efectivo que le permitirá cumplir con los estándares de certificación.

El control de calidad de los eventos infantiles a ofrecer por la empresa se revisara de la siguiente manera:

- Teniendo en cuenta las sugerencias de los clientes, ya que detrás de cada una de ellas nos encontramos con una oportunidad de mejora, que permitirá tener un excelente servicio.
- El gerente será el que supervise y de soluciones a todas las actividades que se realicen en el evento para satisfacer tanto al cliente externo como al interno (empleados).
- Los eventos serán realizados con equipos adecuados, modernos y funcionales, así como el control y supervisión del trabajador durante la prestación del servicio para así satisfacer al cliente.

El control de calidad de un servicio se define como la decisión o lo que percibe el cliente, por tanto es de gran importancia mantener activo este sistema que me permite conocer la opinión de los clientes acerca del servicio que se presta y así responder de inmediato a las debilidades detectadas, a lo anterior se realizan actividades con el fin de mantener este sistema de control de calidad que lleva a la empresa a un mejoramiento a satisfacer al cliente.

- **Auditoria interna:** se atenderá las sugerencias de los empleados relacionadas con la calidad del servicio.
- **Mejora:** La gerencia realizara periódicamente una encuesta de satisfacción a los clientes pues ellos nos van indicando sus deseos y necesidades, de manera que podemos anticipar los cambios en la prestación del servicio de nuestra empresa.

3.3.5 Recursos.

Recurso humano.

Para la empresa “**World Kids**”, la planificación de los recursos humanos permitirá suministrar el personal de mayor experiencia, adecuado, en el momento justo, por ello, principalmente se requerirá de:

1. Equipo de alistamiento y desmontaje.
2. Equipo de contacto con el cliente.
3. Equipo de servicio.

1 **Equipo de alistamiento y desmontaje:** tiene a su cargo las labores previas y posteriores al evento.

- Aseo y alistamiento de áreas
- Transporte y ubicación de muebles y equipo.
- Montaje del salón.
- Montaje de mesas.
- Decoraciones.
- Desmontaje del salón.
- Almacenamiento de muebles y equipo.
- Aseo final de las áreas.

2 **Equipo de contacto con el cliente :** son los que están en contacto directo con el cliente para garantizar una respuesta adecuada a todos los requerimientos de estos .su labor está basada en los términos del contrato y los protocolos establecidos para cada tipo de evento, pero deben tener la capacidad para solucionar contingencias en caso de ser necesario.

- 3 **Equipo de servicio:** son los que tienen a su cargo el servicio de los alimentos y bebidas del evento (meseros) ,deben conocer las normas generales del servicio para cada evento y en todo momento deben actuar de acuerdo con las indicaciones dadas por el grupo de contacto con el cliente .

Cuadro 30. Recurso Humano

EQUIPO	Empleados para un evento infantil	CARGO
Contacto con el cliente	1	Administrador
	1	Contador
	1	Secretaria
Aislamiento y montaje	1	Coordinador de Eventos
	1	Auxiliares de logística
Servicio	5	Un Animador y 4 Recreacionistas
Seguridad	1	Guarda de Seguridad
TOTAL	11	Empleados

Recurso físico

Cuadro 31. Recursos físicos, muebles, enseres y cómputo

Unidad	Recurso	Especificaciones	precio	total
2	Escritorio ejecutivo en vidrio con archivador	Construido en melamina de 25Mm con cantos en ABS o refileados a 45°. Tapa de 180x080x074. Escritorio con cajonera fija de dos cajones. Opcional cajoneras rodantes y línea de guardadas bibliotecas, archivos, muebles. Extensión para PC de 100x050x074 con bandeja porta teclado.	260.000	520.000

Continuación Recursos físicos, muebles, enseres y computo.

SILLA EJECUTIVA CALABRIA				
1	Silla ejecutiva con brazo	<ul style="list-style-type: none"> · Base cromada ajustable · Descansabrazos · Roda chines 	180.000	180.000
1	Silla secretarial neumática	Resistencia máxima 75-85 kg. Color Negro con Rejilla Tamaño 50x19x49 cm Peso 5.7kg. Garantía PC MADRIGAL: 3 meses, directa en PC MADRIGAL	200.000	200.000
2	Sillas de espera	TANDEM - SILLA DE ESPERA DE 3 PUESTOS EN BUEN ESTADO, SILLÍN PLASTICO BASE METÁLICA Dimensiones: Alto del piso al espaldar: 77 cm Ancho total: 1,30 cm Ancho de Sentadera :40,5 cm Ancho del espaldar: 35 cm	69.800	139.600
2	Papeleras de madera	Dimensiones 30 x 23 cm.	15.990	31.980
2	Extintor seco	Certificado NFPA 100 Agente extintor: AGENTE LIMPIO 123 Capacidad: 3700 Gramos Alcance de la descarga: 4.5 mts. Elemento expulsor: Nitrógeno Incluye aviso de señalización.	59.950	119.900
1	Botiquín primeros auxilios	Botiquín de primeros auxilios en aluminio y acrílico. Medidas: 30 ancho X 26 alto X 11 fondo. Incluye: 2 Juegos de llaves. Pernos de anclaje.	59.900	59.900

1	Cafetera automática	<p>Posee un control que nos permite ajustar el vapor, colado y apagado la cafetera fácilmente. Podemos obtener un café exprés. Cuenta con una luz indicadora de encendido y apagado</p> <p>La jarra es de vidrio templado. El tanque de agua es fácil de abrir</p> <p>Cuenta con un filtro de acero inoxidable</p> <p>Posee un mecanismo de espuma removible y así es más fácil de limpiar.</p> <p>Viene con una bandeja recolectora de desperdicios, que se puede remover para una fácil limpieza.</p>	165.000	165.000
TOTAL			\$1'416.380	

Cuadro 32. Equipo de cómputo y comunicaciones

Cantidad	Recurso	Especificaciones	precio	total
1	Computador	<p>Computador Aio B50-30 Touch S. Marca LENOVO</p> <p>Sistema Operativo: Windows ®8.1</p> <p>Memoria: 4 GB DDR3.</p> <p>Disco Duro: 1 Tb HDD Pantalla: 23.5" HD (1920 X 1080) Multi Toque de 10 puntos.</p> <p>Procesadores: Intel Core i3 4150T.</p> <p>Gráficos: Intel Graphics HD. Cámara: 720P. Accesorios: Mouse y Teclado Accutype por conexión USB 2.0</p> <p>Conectividad: WiFi 802,11 B/G/N, GIGA LAN. 5 Puertos USB (3 usb 3.0. 2 usb 2.0), Salida HDMI, Entrada para audífonos 3.5. Unidad DVD RW/ DL.</p> <p>Sistema de Audio: Dolby Digital con doble parlante frontal.</p>	3.000.000	3.000.000

Continuación Equipo de cómputo y comunicaciones

1	Impresora	<p>Imprima, escanee y copie fácilmente con este económico y elegante multifuncional.</p> <p>- Impresión y copiado rápido: hasta 20 ppm en negro y 14 ppm en color.</p> <p>- Impresión, copia y escanea documentos fácilmente, páginas web y fotos.</p> <p>- Preserve y restaure los documentos y fotos con una resolución de escaneo de 1200 x 2400 dpi.</p>	150.000	150.000
2	Celular	<p>Celular Moto G- Motorola</p> <p>*Sistema Operativo Android.</p> <p>*CPU, Dual-Core 1.2 GHz.</p> <p>*Pantalla LCD</p> <p>*Batería Li-Ion 1950 mAh.</p> <p>* Color Negro</p>	370.000	740.000
1	calculadora	Calculadora Casio FR-2650T con impresor	67.000	67.000
TOTAL			\$4'157.000	

Por otra parte, el equipo y materiales de servicio que de una u otra forma son utilizados en la presentación de un servicio, denominada material profesional de servicio, dada su complejidad en cuanto a número se refiere, se agrupan de la siguiente manera:

- Equipos de sonido, luces y accesorios de presentación.
- Mesas y sillas.
- Lancería de comedor.
- Vajilla.
- Cubertería.

- Cristalería.
- Accesorios o menaje.
- Escaparates auxiliares

Recurso de insumos.

Las actividades del área administrativa de la empresa requieren recursos de insumos óptimos y suficientes que le permite la presentación normal del servicio de acuerdo a los objetivos del proyecto.

Los insumos necesarios para el servicio, se limita a papelería, útiles de escritorio, los cuales no tienen inconvenientes para su logro en la ciudad de Bucaramanga, a precios, calidad y cantidad óptima.

Por otra parte, la empresa de eventos en su área operativa del servicio requiere entre otros los siguientes insumos:

- Música de todos los géneros (incluyendo melodías e instrumental.)
- Uniforme para empleados
- Elementos de comedor desechables (platos, vasos, copas y cubiertos).
- Artículos de limpieza
- Comida

Cuadro 33. Equipos y elementos del servicio

Cantidad	Concepto	Precio
1	Equipo De sonido Profesional Básico para eventos Outdgtl. Mesclador de 3 canales ALSON DAL403 o SPAIN MX417.	\$ 1'329.000
1	Estuche con 3 micrófonos vocales y un micrófono, instrumento de encendido/ apagado para él tienen un rendimiento excelente en vivo.	\$ 99.900
2	Luz audio rítmica SPAIN, lentes multicolores, 2	\$358.000

Cantidad	Concepto	Precio
	lámparas 120v x 300w 64514 Halógena.	
2	Luces robóticas	\$600.000
1	Juego de sonido	\$1'000.000
1	Proyector Video Beam Sony	\$ 980.000
1	Computador portátil COMPAQ Pesario CQ40-320LA, Licencia WINDOWS 8.	\$ 599.900
2	Sony KDL32HX757 TV LED 32P (80 cm) Full HD 3D	\$2'798.000
1	Juego laberintos Infantiles	\$ 2'500.000
4	Consolas Xbox 3604gb Peaggle – L9V-00043	\$2'799.600
4	Televisores LCD de 32 pulgadas	\$3'600.000
10	Juegos para Xbox 360	\$ 650.000
80	Sillas plásticas Kiddy Infantiles - Rimax	\$952.000
12	Vajilla Corelle	\$2'400.000
20	Bandeja en electro plata	4'000.000
20	Sillas mágnun sin brazos blanca - Rimax	\$398.000
20	Mesas Kiddy Infantiles- Rimax	\$298.500
2	Mesas caribe Redonda	\$119.800
Total		\$25'582.200

3.3.6 Análisis de Proveedores Para el funcionamiento de la empresa es necesario comprar implementos didácticos y modernos, por lo que contara con diferentes proveedores que fueron seleccionados por su experiencia y gran variedad de productos.

Cuadro 34. Proveedores de equipo

Proveedor	Ubicación	Teléfono
Compumax: Empresa Colombiana Fabricante de Computadores e Infraestructura, brinda calidad y gran variedad equipos de cómputo como: Escritorio, Portátiles Y Tablet buscando alcanzar las expectativas comerciales, sociales y culturales de los clientes.	Local Z-14, Centro Comercial Gratamira, Cra. 33 #48-109, Bucaramanga, Santander	01-800118119
Multiparques Es una empresa reconocida ,que presenta un portafolio creativo de parques de madera, parques metálicos, parques play ground, playground, parques biosaludables, parques plásticos, túneles plásticos, fibra de	Cra 92 # 165-40 Bogotá Colombia	6847097

Proveedor	Ubicación	Teléfono
vidrio rodaderos, toboganes, parques acuáticos, mobiliario urbano, parques idrd, casas de muñecas, piscinas de pelotas , siempre pensando en los más pequeños.		

3.3.7 Distribución de planta. El diseño y tamaño de las áreas necesarias para cada una de las actividades que realizaran en la empresa deben planearse lo suficiente, de modo que permita a empleados desarrollar su función de manera eficiente y cómoda, optimizando en todo caso los espacios y permitiendo ahorro en tiempo de recorrido.

Las áreas básicas que se consideran debe tener la empresa de eventos, se especifican a continuación:

- Oficina Administrativa
- Salón de Evento
- Cafetería
- Almacén de insumos
- Servicios Sanitarios
- Sala de Cine
- Cancha de mini futbol
- Salón de Juegos

Imagen 10. Distribución de la Planta Primer Piso

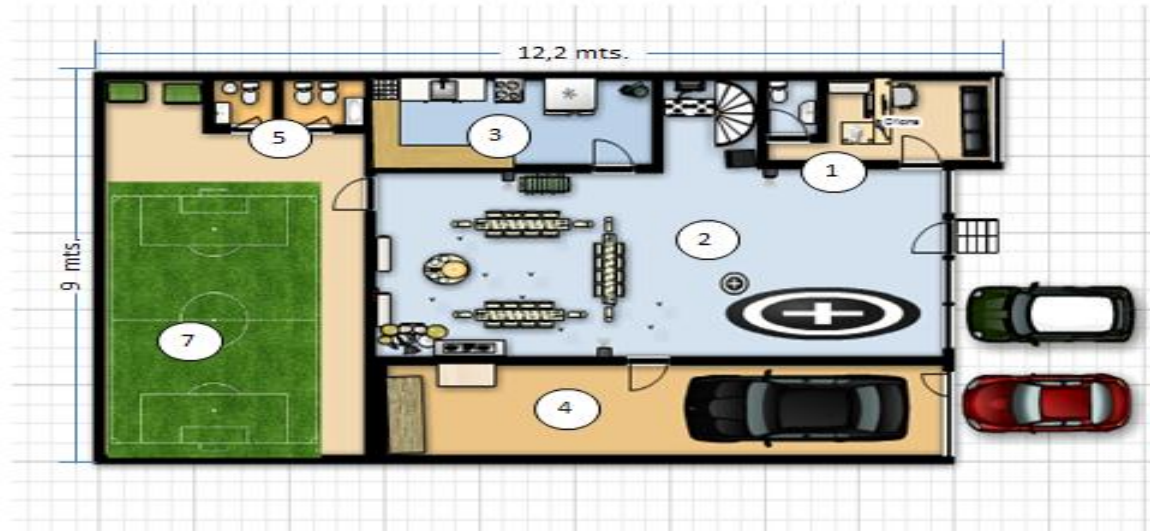
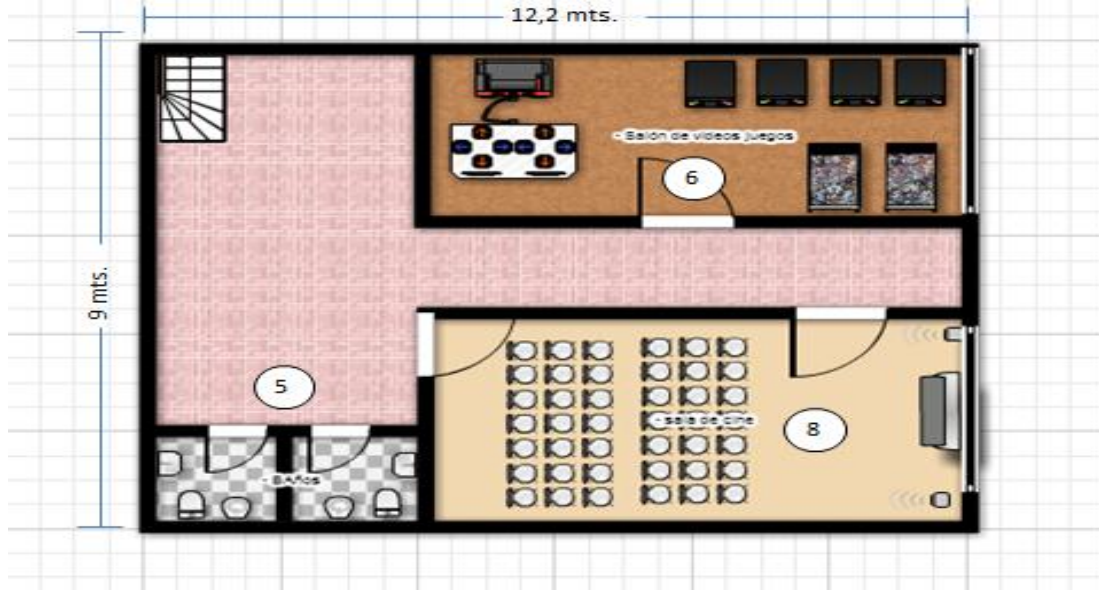


Imagen 11. Distribución de la Planta Segundo Piso



La infraestructura para la instalación de la planta se adquirirá por arriendo, el terreno tendrá un área disponible de 230m², adecuado según los requerimientos de la empresa.

Cuadro 35. Distribución de la planta

1. Oficina Administrativo	5. Servicio de Sanitarios
2. Salón de Evento	6. Salón de Cine
3. Cafetería	7. Cancha de Futbol
4. Almacén de Insumos	8. Salón de video juegos

Cuadro 36. Dimensiones de la empresa por áreas

Distribución de planta	Dimensiones	Área en m2
Área administrativa :		
oficina administrativa	2 X 5	10
Total Área Administrativa		10
Área operativa :		
Salón de evento	5 x 9	45
Cafetería	2 x 3.5	7
Almacén de insumos	2 x 9	16
Servicios de sanitarios		6
Sanitarios 1 Piso	1,6 x 2	3,2
Sanitarios 2 Piso	2,6 x 2	5,2
Salón de cine	9.2 x 4.5	41.4
Cancha de Futbol	3,2 x 5	16
Salón de Video juegos	9.2 x 4.5	41.4
TOTAL AREA OPERATIVA		191.2
TOTAL AREA DE LA EMPRESA (M²)		230

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa a constituir es una empresa de responsabilidad limitada, se constituye mediante escritura ante notario o documento privado ante cámara de comercio entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos reportes, y en algunos casos según el código de comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad limitada y solidaria, para alguno de los socios.

La sociedad girará bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra "Ltda." (Limitada). Por lo tanto, su razón social será, "WORLD KID'S LTDA" y su objeto social será la presentación de servicios de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramanga.

- **Objetivos generales y carácter de la empresa.**

"**WORLD KID'S LTDA**", es una empresa dedicada a la organización de eventos infantiles, estará ubicada en la ciudad de Bucaramanga; Prestando el servicio de fiestas de cumpleaños o cualquier otro tipo de evento infantil que se pueda organizar en las instalaciones.

Nuestros servicios pretenden suplir las expectativas de nuestros clientes en lo que se refiere a una buena organización, buena logística, y encontrar un buen servicio a precios asequibles.

- **Domicilio de la empresa.**

El domicilio de la empresa será en la ciudad de Bucaramanga, en el barrio Cabecera. De acuerdo a las necesidades de la empresa para futuros negocios se deja abierta la posibilidad para desarrollar actividades empresariales. Actividades generales que va a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos.

- **Asociados, ya sean personas naturales o jurídicas.**

Como persona jurídica la Empresa “**WORLD KID’S LTDA**” Se constituirá como una sociedad limitada, la cual consta de dos socios y sus aportes podrán ser realizados en especie o en efectivo.

Instituciones creadas por el Estado:

- Fotocopia del Decreto Legislativo que les otorga personería jurídica; tomado del Diario Oficial.
- Fotocopia del documento de nombramiento del Representante Legal de la Institución.
- Fotocopia de Cédula de Vecindad completa del Representante Legal.

Sociedades Mercantiles:

- Fotocopia de Patente de Comercio de la Sociedad.
- Fotocopia de Escritura Pública de Constitución de Sociedad.
- Fotocopia de Acta Notarial de nombramiento del Representante Legal, con la anotación en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de Cédula de Vecindad completa del Representante Legal.
- Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria – NIT.
- **Derechos y deberes de los asociados.**

Según la ref. Derechos y obligaciones de los socios al interior de una sociedad limitada. Todo asociado por el solo hecho de adquirir esta condición tiene derechos esenciales intangibles e inviolables. Y aunque pueden ser reglamentados en la carta fundamental de la sociedad, dentro de límites que no impliquen su desconocimiento, ni las reglas estatutarias ni las decisiones de los órganos sociales pueden vulnerarlos. Tales derechos pueden reducirse a dos categorías los patrimoniales, que son de contenido económico y miran el interés

particular del asociado; y los administrativos, que facultan al socio para intervenir directa o indirectamente en el gobierno de la sociedad. Entre estos últimos aparece “el de participar en las deliberaciones de la asamblea general y accionistas y votar en ella” Código de Comercio. Art. 379 Numeral 1º) principio extensivo a las demás formas societarias. Y cuando la ley dispone que los asociados de toda compañía se reúnan ordinariamente en junta de socios o en asamblea de accionistas, una vez al año, por lo menos, en la época fijado en los estatutos, y en forma extraordinaria si son convocados por los administradores, el revisor fiscal o el organismo que ejerza control permanente sobre la sociedad (C. de Comercio, art.181), consagra no solamente una facultad sino también una obligación, o mejor un derecho deber de los asociados, pues es el estadio en donde normalmente intervienen en la gestión social, a través del voto. La junta de socios o la asamblea de accionistas representan la autoridad suprema de la cual emanan las determinaciones más trascendentales del ente social. De ahí que se denomine “centro propulsor del organismo social”, llave maestra de la vida social..., alma de la persona moral..., órgano mayor”, que para el caso que nos ocupa se concreta en la junta de socios cuyas facultades están consignadas por vía legal en los artículos 187,358 y 379 del Código de Comercio, aplicable esta última disposición por remisión expresa del artículo 372 ídem.

- **Órganos de dirección y de administración.**

Administrador
Secretaria
Coordinador del evento
Animador del evento
Recreacionistas
Auxiliares de logística

- **Mecanismos de control.**

Consiste en la atribución de la superintendencia de sociedades para ordenarlos correctivos necesarios para subsanar una situación crítica de orden jurídico, contable, económico o administrativo de cualquier sociedad comercial no vigilada por otra superintendencia.

- **Condiciones de ingreso y retiro de socios.**

La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresara:

- Nombre, domicilio, nacionalidad y documento de identificación legal de las personas naturales que intervienen como otorgantes. Si las personas son jurídicas se expresara la ley, decreto o escritura de cada una de estas.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El objeto social.
- El capital social.
- El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- La forma de administrar los negocios sociales.
- La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios.
- Las fechas en que deben hacerse los inventarios y balances generales.
- La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución de la misma.
- La forma de hacer liquidación una vez disuelta la sociedad.
- La forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores.
- El nombre y domicilio de las personas que han de representar legalmente la sociedad junto con sus obligaciones y facultades.
- Facultades y obligaciones del revisor fiscal.
- Lo demás que la sociedad estipule desde que sea compatible con la índole y tipo de esta
- **Duración de la sociedad.**

“WORLD KID´S LTDA”. Tendrá una duración indefinida y podrá disolverse según los estatutos Legales de la Empresa.

Causas y condiciones de liquidación.

Para esta eventualidad, se asignará a una o dos personas de la empresa, las cuales reunirán todos los activos tangible e intangible que "WORLD KID'S LTDA". Posea, para así concluir todas las obligaciones de la Empresa y llevar a cabo su liquidación.

Para llevar a cabo la constitución de la empresa "WORLD KID'S LTDA". Exige la elaboración de la Minuta de Constitución requerida para la Escritura Pública de Constitución:

- Nombres de los Otorgantes
- Nombre de la Sociedad
- Naturaleza Jurídica
- Nacionalidad
- Domicilio
- Objeto Social
- Capital Autorizado y Pagado
- Acciones. Características de las acciones (Nominativas, No Nominativas, Negociables o No Negociables)
- Dirección de la Empresa (Gerente, Presidente, Representante Legal, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia)
- Administración (Junta Directiva, Asamblea de Socios, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia).
- Reuniones (Ordinarias, Extraordinarias, Lugar)
- Quórum (Liberatorio y Decisorio)
- Revisoría Fiscal
- Ejercicio Social
- Utilidades (Distribución, Reservas y Pago de Dividendos)

- Disolución y sus Causales
- Pérdidas y Cancelación
- Liquidación (Distribución del Remanente y Normas para Liquidación)
- Otros aspectos que sean de interés para la sociedad y sus participante

Reparto de los beneficios y utilidades obtenidas.

Durante los tres primeros años, se tiene previsto reinvertir las utilidades obtenidas en la empresa y distribuir dividendos a partir del cuarto año semestralmente. El monto de las ganancias se establecerá en un 60% para la Empresa y un 40% para repartir en los socios.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. “**WORLD KID´S LTDA**”, busca ser una empresa con gran reconocimiento y participación en el mercado de servicios integrales de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramanga para el 2020; incluirá tácticas de manera que haya una alianza con otras empresas de la región, para brindar al cliente un servicio completo, y así lograr un reconocimiento en el mercado.

4.2.2 Misión. “**WORLD KID´S LTDA**”, es una empresa de eventos infantiles que ofrecemos a nuestros clientes la satisfacción de sus necesidades, gustos y preferencias, mediante experiencias en la realización de eventos memorables y garantía de excelencia en servicio, selección de productos de calidad y buen precio, garantizando una ocasión inolvidable.

Somos un equipo humano cimentado en sólidos principios éticos y morales, con un arraigado sentido de pertenencia por la compañía y que cumple su labor con profesionalismo, honestidad y mística y con una plataforma tecnológica de alta calidad.

4.2.3 Objetivos.

GENERAL:

- Proporcionar a las familias que así lo requieran un servicio que les permita llevar a cabo cualquier tipo de evento con la mejor organización, el mejor control, a un costo modesto y sobre todo con el mejor servicio del mercado.

ESPECIFICOS:

- Crear y habilitar un centro que brinde un servicio en la organización de eventos.
- Realizar alianzas estratégicas con algunas organizaciones que puedan ayudar a brindar un mejor servicio.
- Capacitar al personal para que guie e informe al cliente en todo lo correspondiente a la organización de su evento.
- Contar con el personal capacitado idóneo para cada tipo de evento que este enfocado 100% en el servicio del cliente.
- Cumplir con las expectativas y exigencias del cliente en el tiempo esperado.

PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

- **Servicio:** Orientar los conocimientos, habilidades, empeño y todos los recursos de nuestro equipo de trabajo en función de las necesidades y expectativas del cliente.
- **Trabajo en Equipo:** Construir equipos efectivos en la realización de cada evento que se dirijan hacia un mismo norte, trabajando por el resultado de la sociedad por encima del beneficio individual.
- **Simplicidad:** Hacer las cosas bien, con eficiencia y sin complicaciones.
- **Creatividad:** Buscar nuevas ideas e innovar para que cada evento que se organice sea original y personalizado.

- **Confiabilidad:** Realizar las actividades acordes al ofrecimiento que se le hizo al cliente.
- **Responsabilidad:** Asumir decidida y constantemente las obligaciones adquiridas, comprometiéndose con la función empresarial.
- **Integridad:** en la manera de actuar y en la forma en la cual se llevan las relaciones con todos los grupos de interés.
- **Eficacia:** Permitir la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la empresa.
- **Eficiencia:** Facilitar la obtención de los objetivos deseados con el mínimo coste posible.

4.2.4 Políticas. Las políticas para estimular y apoyar el trabajo hacia los objetivos fijados por la empresa de eventos se desarrollarán en referencia al recurso humano, las compras, ventas del servicio y procedimiento.

Políticas de Personal

- WORLD KID´S LTDA. Es una empresa en el que bajo los principios de unidad de propósito y Dirección, propiciamos el crecimiento de nuestro talento Humano, conscientes de su importancia para el logro de la competitividad.
- La política de Gestión Humana de la empresa establece un compromiso recíproco entre sus trabajadores creando un ambiente laboral que propicie el desarrollo integral del personal en los aspectos: humano, laboral y social, formando una base para construir una identidad con el Direccionamiento estratégico de la empresa de Eventos Infantiles.
- Motivar al personal mediante programas de bienestar, cumplir con los salarios de acuerdo con lo estipulado por la ley, brindando buena remuneración y puntualidad en los pagos.
- Capacitación constante al personal durante el trabajo, capacitación de orientación y capacitación de sensibilización.

Políticas del Recurso Humano. El proceso para encontrar y atraer aspirantes adecuados para los cargos disponibles en la empresa de eventos infantiles se inicia con el conocimiento y requisitos relativos al perfil del cargo que se necesita.

- **En el área administrativa,** la Empresa de WORLD KID'S LTDA. Necesita reclutar, seleccionar y contratar un administrador – coordinador de eventos y una secretaria.
- **En el área operativa** un grupo mínimo de seis (6) empleados por cada evento, los cuales serán capacitados al inicio de actividades de la empresa y podrán ser tenidos en cuenta según los requerimientos de la demanda

Políticas de ventas

- Se solicitara al cliente el 50% de anticipo antes del evento y el 50% el día del evento.
- Dar un 10% de descuento al cliente que pague los servicios por anticipado.
- El cliente siempre tiene la razón.
- Dar un 30% de descuento a los clientes que realicen 3 o más eventos en el año.
- Tratar a los clientes y proveedores con igualdad y cordialidad.
- Utilizar todos los medios disponibles para solucionar cualquier inconformidad o problema de los clientes.
- Tomar en cuenta las sugerencias que ofrezcan los clientes y proveedores.

Políticas de Compra

- Las materiales que se requieran para la empresa de eventos infantiles serán de proveedores reconocidos por la calidad de sus materiales.
- Proveedores que permitan hacer acuerdos de pago de 45 días.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

WORLD KID'S LTDA, implementará un esquema organizacional de tipo funcional con plena definición de las líneas de autoridad, control basado en la supervisión y

división del trabajo. Sin embargo en el mediano plazo propenderá por una estructura organizacional con un estilo flexible, formal, ágil y plana. Lo anterior basado en la implementación de una cultura organizacional que fortalezca el sentido de pertenencia de los empleados hacia la empresa, asesorados por el gerente que antes debe ser líder que los impulse a mejorar los niveles de desempeño y a alcanzar las metas o propósitos trazados. Una organización orientada hacia la calidad con personal interdisciplinario y con participación activa en los proyectos que se generen.

4.3.1 Organigrama. Inicialmente la empresa tendrá una estructura organizacional acorde con las necesidades y recursos tal como se presenta en el organigrama de la figura:

Gráfica 17. Organigrama de World Kid's Ltda.



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. La descripción de los cargos facilita los procesos de inducción de empleados nuevos; así mismo, se constituye en la base para realizar los procesos de medición del desempeño del recurso humano en la empresa, debido a que tiene la función principal y las específicas.

Cuadro 37. Perfil del Administrador de Eventos

EMPRESA WORLD KID'S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
JEFE INMEDIATO	JUNTA DE SOCIOS
Especificaciones del cargo:	
Requisitos: Título profesional en Hotelería y turismo, Gestión empresarial, administración de empresa, administración de empresas o carreras a fin.	
Experiencia:	Dos años en cargos similares
Asignación salarial: (2,1/2) dos y medio salarios mínimos legales vigentes + comisión de 10% por ventas superiores al pronóstico de ventas para el primer año.	
COMPETENCIA	
El gerente – organizador de eventos, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:	
Conocimientos: Métodos de investigación de mercado y análisis de resultados Técnicas administrativas para planificación de corto y largo plazo, trazado de estrategias y elaboración de reglamentos y procedimientos operacionales Procedimientos administrativos y operacionales relativos a eventos Técnicas de ventas y procesos de comercialización Técnicas de negociación y administración de contratos, acuerdos y alianzas.	
Habilidades: Manejar equipos de trabajo Trabajar bajo presión Raciocinio numérico aplicado a los negocios Raciocinio lógico verbal para atender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita Capacidad para tomar decisiones en momentos difíciles o de presión de tiempo	
Actitudes: Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos. Persuasivo. Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.	

EMPRESA WORLD KID'S LTDA.		
FUNCIÓN PRINCIPAL: Es el representante legal de la empresa autónomo en la toma de decisiones y planificar, organizar, promocionar, comercializar espacios, productos, servicios y administrar los recursos para la realización de eventos.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES: Coordinar los puestos de trabajo Mantener informados a la junta de socios Velar por el cumplimiento adecuado de los puestos Evaluar el desempeño de los trabajadores Analizar datos de investigaciones para estar acorde a las tendencias Identificar la oportunidad y posibilidad de patrocinio y apoyo Identificar el perfil del público objetivo y expectativa de número de participantes Analizar y planificar ruedas de prensa, exposiciones, muestras y lanzamientos Definir productos y servicios adicionales Organizar el evento Identificar al cliente potencial Mantener contacto con el cliente Elaborar y analizar la propuesta, elaborar el contrato o acuerdo y determinar los términos de responsabilidades Recibir y encaminar el pago de anticipos Impulsar nuevos negocios Analizar resultados frente a los estándares de calidad definidos Asegurar la privacidad del cliente de los participantes Dirigir y aplicar medidas preventivas o de auxilio en caso de accidentes o emergencia. Orientar y acompañar en la atención del cliente y participantes Fijar metas y ejecutar acciones para incrementar las ventas de los servicios, impulsando las estrategias necesarias. Elabora presupuestos anuales, según las normas establecidas por la empresa Mantener la motivación del personal a su cargo Entregar informes contables a la junta de socios		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 38. Perfil del coordinador de eventos

WORLD KID'S LTDA		
NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR DE EVENTOS	CODIGO: 002	FECHA: 11/07/2015
SECCIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO DE JEFE INMEDIATO ADMINISTRADOR	
SUPERVISA A: EL SERVICIO	NÚMERO DE CARGOS IGUALES: NINGUNO	

WORLD KID´S LTDA	
Especificaciones del cargo:	
Requisitos: Persona culturalmente preparado para poder mantener una postura ante el cliente y seguir la conversación, discreto, prudente, Organizador, hábil en presupuestos. Pero ante todo debe ser una persona con vocación y mucho entender. Buen cocinero, barman, entendido en vinos, en decoración en montajes, improvisador. Tener conocimiento técnico o profesional en hotelería y turismo y/o organización de eventos	
Experiencia:	De 1 – 3 años en actividades similares
Asignación salarial: 1 ½ salario mínimo legal Vigente	
Competencia :	
El coordinador de eventos, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes: Conocimientos: Tipos de eventos y su montaje, funcionamiento y respectivas rutinas Técnicas de atención, reglas de etiqueta y protocolo Vocabulario técnico relativo a eventos Higiene y presentación personal adecuadas Procedimientos para garantizar privacidad y seguridad de los participantes del evento Habilidades: Comunicación oral y escrita, clara, articulada y expresiva, con empleo de gramática y vocabulario adecuados Planificación de corto plazo Cálculos de estimación numérica y de tiempo Trabajo en equipo y toma de decisiones Interpretación del lenguaje corporal Actitudes: Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos Equilibrado emocionalmente.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Se ocupa principalmente, de acoger, orientar y acompañar a los participantes y presentadores del evento; entregar información, materiales y equipos necesarios para la realización del evento; ayudar a la coordinación del evento de acuerdo a las características establecidas en el proceso comercial.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:	

WORLD KID´S LTDA		
<p>Apoyar al equipo humano en la ejecución del evento Dar instrucciones y orientaciones técnicas sobre productos y servicios que serán presentados en el evento. Preparar el ambiente y materiales para recibir el cliente Chequear funcionamiento de los equipos de apoyo, iluminación y sonido Verificar la limpieza y organización del ambiente Coordinar con las áreas involucradas Controlar los productos consumidos y utilizados en el evento Recibir y acoger al cliente, invitado al evento Coordinar la distribución de identificaciones, material del evento, y material promocional para el cliente. Prever servicios de traslado Recibir y acompañar al presentador Informar sobre la utilización del tiempo Controlar el acceso de personas al evento Ejecutar procedimientos de seguridad Recibir y solucionar quejas y reclamos Cuidar de la apariencia personal y postura profesional</p>		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 39. Perfil auxiliares de Logística

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	Auxiliares de logística
JEFE INMEDIATO	Coordinador de Eventos
Especificaciones del cargo:	
Requisitos: Bachiller o Técnico, disponibilidad de horario para rotar turnos, con experiencia en recreación o animación. Disponibilidad los fines de semana.	
Experiencia:	De 1 – 3 años en actividades similares
Asignación salarial: Comisiones por servicios prestados.	
Competencia	
<p>El recreacionista, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:</p> <p>Conocimientos: Tipos de eventos y su montaje, funcionamiento y respectivas rutinas Manejo de personal Vocabulario técnico relativo a eventos infantiles Higiene y presentación personal adecuadas Procedimientos para garantizar privacidad y seguridad de los participantes del evento</p>	

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.		
<p>Habilidades: Coordinación y manejo de personal Facilidad de solución de problemas Trabajo en equipo y toma de decisiones Interpretación del lenguaje corporal</p> <p>Actitudes: Liderazgo, honestidad, responsabilidad, disciplina, paciencia, tolerancia, capacidad de organizar, servicio al cliente. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.</p>		
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL: Se ocupa, principalmente del montaje del evento y la logística al igual también tendrá las funciones de mesero el cual consistirá de acomodar al cliente en la mesa; servir alimentos y bebidas; finalizar el plato con el tipo de servicio escogido; preparar y adicionar salsas, flambear.</p>		
<p>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES: Realizar montaje de mueblería, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería y menaje menor Identificar una mesa adecuada a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad Acomodar al cliente Servir al cliente a la mesa Ejecutar servicio según el paquete y la exigencia ya contratada con el cliente. Atender cada familia al momento que llegan Limpiar la mesa y retirar lo que no está en uso Entregar y retirar pedidos en la cocina y monitorear su proceso Cuidar la seguridad de los alimentos Asegurar la satisfacción del cliente Recibir reclamos y aplicar soluciones Cuidar la presentación personal Apoyar al equipo</p>		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 40. Perfil del Animador.

EMPRESA WORLD KID´S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	Animador de eventos
JEFE INMEDIATO	Coordinador de Eventos
Especificaciones del cargo:	

EMPRESA WORLD KID´S LTDA.	
Requisitos: Buenas dotes de comunicación oral y escrita y facilidad de trato con el público. Conocimiento en protocolo y glamur Buen presencia, personas extrovertidas, sociables Haber recibido capacitación por la empresa.	
Experiencia:	1 – 2 años en actividades de eventos
Asignación salarial: 1 ½ salario mínimo Legal Vigente	
COMPETENCIAS	
Los elementos que determinan los conocimientos, habilidades y actitudes inherentes a la competencia hospitalidad son:	
Conocimientos: Requisitos de higiene, presentación personal y modales. Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. Procedimientos de emergencia Principales tipos de establecimientos, servicios y productos de la industria del turismo. Aspectos básicos de la cultura local y nacional. Conocer los productos, servicios y tarifas que ofrece la empresa Técnicas de servicio al cliente Técnicas de trabajo en equipo	
Habilidades: Comunicación clara y articulada con empleo de gramática y vocabulario adecuados Raciocinio lógico verbal y memoria de corto plazo y largo plazo Capacidad para escuchar atentamente e interpretar lenguaje gestual / no verbal Capacidad para tomar decisiones individualmente o involucrando a otras personas Capacidad para planificar y organizar su trabajo.	
Actitudes: Detallista, metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido. Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias , aporta soluciones Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Se ocupa principalmente de planificar y supervisar el servicio de animación; liderar y capacitar el equipo, recibir, acomodar y ayudar al cliente; cuidar de la calidad del servicio y asegurar la satisfacción del cliente. .	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES: Acoger al cliente Recibir y ayudar en la acomodación del cliente Guiar a padres e hijos por cada una de las zonas de la sala de eventos	

EMPRESA WORLD KID´S LTDA.		
<p>Aplicar procedimientos de seguridad o privacidad en la recepción de clientes. Organizar y coordinar la realización de las diferentes actividades de animación Presentar a su grupo de trabajo al cliente Incentivar a los hijos y sus padres a participar de las actividades Despedir al cliente de manera que lo incentive a volver adquirir los servicios de la empresa. Cuidar y velar por la seguridad de los niños en cada actividad Participar en la composición del menú Asegurar la satisfacción del cliente Coordinar y administrar al equipo Supervisar la presentación personal Apoyar al equipo Apoyar la administración</p>		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 41. Perfil del Recreacionista

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	RECREACIONISTA
JEFE INMEDIATO	Coordinador de Eventos
Especificaciones del cargo:	
Requisitos: Bachiller o Técnico, disponibilidad de horario para rotar turnos, con experiencia en recreación o animación. Disponibilidad los fines de semana.	
Experiencia:	De 1 – 3 años en actividades similares
Asignación salarial: Comisiones por servicios prestados.	
Competencia	
<p>El recreacionista, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:</p> <p>Conocimientos: Tipos de eventos y su montaje, funcionamiento y respectivas rutinas Manejo de personal Vocabulario técnico relativo a eventos infantiles Higiene y presentación personal adecuadas Procedimientos para garantizar privacidad y seguridad de los participantes del evento</p> <p>Habilidades: Coordinación y manejo de personal Facilidad de solución de problemas Trabajo en equipo y toma de decisiones</p>	

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.		
Interpretación del lenguaje corporal Actitudes: Liderazgo, honestidad, responsabilidad, disciplina, paciencia, tolerancia, capacidad de organizar, servicio al cliente. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.		
FUNCIÓN PRINCIPAL: Es la persona encargada especialmente de realizar las animaciones asignadas por parte de la empresa y velar por la seguridad en cada una de las actividades.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES: Arreglar, organizar y limpiar el salón y espacio de servicio Preparar cada una de las animaciones Cumplir con la puntualidad en la realización de cada actividad Tener conocimiento sobre las características de todos los servicios para poder brindar una mejor atención al cliente Cuidar la seguridad de los niños Responder por los elementos asignados para el evento Mantener en completo orden el área de servicio Cuidar la presentación personal Apoyar al equipo		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 42. Perfil de la secretaria

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	Secretaria
JEFE INMEDIATO	GERENTE – ORGANIZADOR DE EVENTOS
Especificaciones del cargo:	
Requisitos: Capacitada del Sena. Secretaria Auxiliar contable o tercer nivel en contaduría.	
Experiencia:	De 6 meses a 1 años en actividades similares
Asignación salarial: 1 Salario mínimo legal vigente	
Competencia	
El animador, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes: Conocimientos: Manejo de procesos contables Atención al público Ejecutar labores que requieren de agilidad mental alta	

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.		
Higiene y presentación personal adecuadas		
Habilidades:		
Facilidad en la solución de problemas		
Trabajo en equipo y toma de decisiones		
Interpretación del lenguaje corporal		
Actitudes:		
Liderazgo, honestidad, responsabilidad, disciplina, paciencia, tolerancia, capacidad de organizar, servicio al cliente.		
Equilibrado emocionalmente		
Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.		
FUNCIÓN PRINCIPAL: Tener en orden los libros de contabilidad, atender al público y llevar la agenda de los eventos.		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 43. Perfil del Contador Público

WORLD KID´S LTDA		
NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR	CODIGO: 003	FECHA: 11/07/2015
SECCIÓN: ADMINISTRATIVA	CARGO DE JEFE INMEDIATO ADMINISTRADOR	
SUPERVISA A: NINGUNO	NÚMERO DE CARGOS IGUALES: NINGUNO	
Especificaciones del cargo:		
Requisitos: Profesional en el área contable con título y tarjeta profesional experiencia mínima de un año con desempeño en el sector comercial y de servicios, Persona dinámica con capacidad de relacionarse con proveedores y clientes en una forma amable, respetuosa y cordial.		
Experiencia:	De 1 – 2 años en actividades similares	
Asignación salarial: Honorarios		
Competencia :		
Nivel de Educación: Profesional: contador público		
Responsabilidad: De procesar la información contable y sustentar los estados financieros		
Habilidades: Manejo de Software		
FUNCIÓN PRINCIPAL: Ejecución en la parte contable, manejo de libros y registros con respecto a su objeto social y actualización en cuanto cargas		

WORLD KID´S LTDA		
tributaria le confiera a la sociedad.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:		
Organizar y manejar la información correspondiente		
Informar sobre cambios tributarios		
Manejo de libros correspondientes al desarrollo del objeto social de la empresa		
Directorio de proveedores		
Boletines e información de la cámara de comercio sobre empresas creadas que desarrollen actividades comerciales en las líneas respectivas		
Demás funciones que asigne el jefe inmediato		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

Cuadro 44. Perfil de Servicios Generales

EMPRESA WORDL KID´S LTDA.	
NOMBRE DEL CARGO:	Servicios Generales
JEFE INMEDIATO	ORGANIZADOR DE EVENTOS
Especificaciones del cargo:	
Requisitos:	
Bachiller académico en cualquier modalidad con experiencia laboral.	
Experiencia:	De 6 meses a 1 años en actividades similares
Asignación salarial: 1 Salario mínimo legal vigente	
Competencia	
El auxiliar de servicios varios , para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes:	
Conocimientos:	
Manejo de utensilios de aseo.	
Atención al público	
Higiene y presentación personal adecuada.	
Habilidades:	
Facilidad para organizar y atender cualquier información.	
Interpretación del lenguaje corporal.	
Actitudes:	
Disciplina	
Colaboración	
Adaptación al cambio.	
Compromiso con la organización.	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Ejecución en las labores varias.	

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:		
Organizar el salón de eventos posteriormente a un servicio prestado. Apropiar el salón de manera previa a un evento. Mantener el salón de manera organizada. Prestar una excelente atención al cliente en el momento de suministrar algún tipo de información. Tener la mejor disposición según su función.		
Vo.Bo. Empleado	Vo.Bo. Jefe inmediato	Analista

4.3.3 Asignación salarial El salario será pactado para pago mensual, el cual estará comprendido en una escala que comenzará en un salario mínimo legal vigente mensual e irá ascendiendo de acuerdo al grado de responsabilidad del empleado, es decir, que los funcionarios administrativos estarán mejor remunerados que los operativos.

Así mismo, el criterio para la asignación salarial corresponderá al perfil profesional y experiencia del empleado para desarrollar la labor encomendada.

La excelente oferta de mano de obra presente en la región, es un factor que repercute favorablemente en la contratación de mano de obra económica planteada en el proyecto.

Cuadro 45. Asignación salarial para la Empresa de Eventos Infantiles

CARGO	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	SUELDO MENSUAL CONCEPTO	BÁSICO Y
ADMINISTRADOR	0	\$ (2 - 1/2 s.m.l.v) + comisión de 10% por prestación de servicios superiores a los proyectados / año	
CONTADOR	\$ 400.000	HONORARIOS	
ANIMADOR	\$70.000	POR EVENTO	
COORDINADOR L	0	\$ (1 ½ S.M.L.V.)	
SECRETARIA	0	\$ (1 S.M.L.V.)	
RECREACIONISTAS	\$ 40.000	POR EVENTO	
AUXILIAR DE LOGISTICA	\$ 30.000	POR EVENTO	
SERVICIOS GENENRALES	0	\$ (1 S.M.L.V.)	

Cuadro 46. Factor prestacional

PRESTACIONES	Porcentaje	VALOR	DEFINICION
CESANTIAS Artículo 249 C.S.T	8.33%	Provisión Mensual \$59.863	Un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracciones de año
Intereses de CESANTIAS Ley 52 de 1975	1%	Provisión Mensual \$7.184	Intereses legales del 12% anual sobre el valor de la cesantía acumulada al 31 de diciembre de cada año
PRIMA DE SERVICIOS Art. 306 C.S.T	8.33%	Provisión Mensual \$59.863	Un mes de salario pagaderos por semestre calendario así:15 días el último día de junio y 15 días en los primeros 20 días de diciembre de cada año
Vacaciones	4.17%	Salario número de días trabajados /720 *	El empleador consigna cada mes el 4.17% del total devengado.
SEGURIDAD SOCIAL	28.5% Pensión Salud	Provisión mensual de la E.P.S A.R.P(clase mínimo de riesgos) \$43.358	Para todos los empleados por el tiempo laborado
Parafiscales	Sena 2% ICBF 3% Caja de compensación Familiar 4%	Provisión mensual de subsidio familiar \$25.000	Para todos los empleados por el tiempo laborado
Total de porcentaje factor prestacional	59.33%	-	-

5. ESTUDIO FINANCIERO

En esta parte del estudio se presenta de forma detallada cada uno de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, en el cual se determina la inversión necesaria para poner en funcionamiento la empresa de eventos, los costos y gastos en que se incurren por el servicio prestado y los ingresos derivados de los mismos, toda esta información proyectada a cinco años, con lo que se podrá verificar si es o no financieramente rentable el proyecto de organización de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramanga.

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija Se entiende por inversión fija aquellos activos que son propiedad de la empresa, siendo indispensables para el funcionamiento normal de la empresa de eventos. Se consideran como tales, equipos y elementos para el área operativa del servicio, muebles y enseres de oficina, y equipo de cómputo y comunicaciones

5.1.1.1 Maquinaria y equipo. Son todos los equipos de operación del servicio que requiere la empresa “World Kid’s Ltda.” Para la ejecución de los diferentes tipos de eventos que se ofrecen.

Cuadro 47. Equipos de Operación del Servicio

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS EQUIPOS DE OPERACIÓN DEL SERVICIO			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
equipo de sonido profesional	1	\$1.329.000	\$ 1.329.000
Estuche de micrófonos	1	\$ 99.900	\$ 99.900
Luz audio	2	\$179.000	\$ 358.000
Luces robóticas	2	\$ 300.000	\$ 600.000
juego de sonido	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Video Beam Sony	1	\$ 980.000	\$ 980.000
computador portátil	1	\$ 599.900	\$ 599.900
TV LED 32P	6	\$ 1.399.000	\$ 8.394.000

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS EQUIPOS DE OPERACIÓN DEL SERVICIO				
CONCEPTO		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sillas Kiddy	Plásticas	80	\$ 11.900	\$ 952.000
Mesas Kiddy	plásticas	20	\$ 19.900	\$ 398.000
Vajilla Corelle		12	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Sillas mágnium sin brazos		20	\$ 19.900	\$ 398.000
Mesa redonda	caribe	2	\$ 59.900	\$ 119.800
Juego infantiles	laberinto	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Consolas	Xbox	4	\$ 699.900	\$ 2.799.600
Juego para Xbox 360		10	\$65.000	\$ 650.000
Bandejas en electro plata		20	\$ 200.000	\$ 4.000.000
TOTAL		180	\$ 9.663.300	\$ 25.791.300

5.1.1.2 Muebles y enseres. Los muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento y prestación del servicio en la empresa corresponden a escritorios, sillas ejecutivas, papeleras, botiquines, sillas de espera y demás implementos requeridos para el servicio.

Cuadro 48. Muebles y Enseres de Oficina

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
CONCEPTO		CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio ejecutivo en vidrio con archivador		2	\$ 260.000,00	\$ 520.000,00
Silla ejecutiva con brazo		1	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00
Silla secretarial neumática		1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Sillas de espera		2	\$ 69.800,00	\$ 139.600,00
Papeleras de madera		2	\$ 15.990,00	\$ 31.980,00
Extintor Solkaflan		2	\$ 59.950,00	\$ 119.900,00

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			
CONCEPTO	CATIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 59.900,00	\$ 59.900,00
Cafetera automática	1	\$ 165.000,00	\$ 165.000,00
TOTAL		\$ 1.010.640,00	\$ 1.416.380,00

5.1.1.3 Equipo de oficina. Es el equipo indispensable para las actividades administrativas, de ventas, registro y contabilidad de los servicios de eventos contratados.

Cuadro 49. Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CONCEPTO	CATIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Marca LENOVO	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Impresora multifuncional marca HP	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Celular Moto G	2	\$ 370.000	\$ 740.000
Calculadora Casio FR-2650T con impresor	1	\$ 67.000	\$ 67.000
TOTAL	5	\$ 3.587.000	\$ 3.957.000

5.1.1.4 Total de inversión fija. En el presente numeral, se relaciona en resumen de los cálculos anteriores de la inversión requerida correspondiente a muebles, enseres, maquinaria, equipo y equipo de oficina.

Cuadro 50. Total de inversión fija

ACTIVO	Valor Total (con IVA)
Maquinaria y Equipo	\$ 25.791.300
Muebles y Enseres	\$ 1.416.380
Equipo de Oficina	\$ 3.957.000
TOTAL	\$ 31.164.680

5.1.2 Inversión diferida Son todos los gastos que se realizan en el periodo previo al inicio de operaciones de la empresa y que son necesarias para su funcionamiento; esto comprende los gastos pre operativos, como son: el estudio de factibilidad, los derechos notariales por constitución de la sociedad o escritura de constitución, el pago de estudio de nombre y registro en la Cámara de Comercio, la publicidad de lanzamiento, licencia de funcionamiento expedida por la Alcaldía Municipal, registros y licencias entre otros gastos.

Cuadro 51. Inversión Diferida

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.200.000
Administración del Proyecto: Requisitos de constitución, registros, escrituras, licencias.	\$ 1.400.000
Permisos, Licencias	\$ 400.000
Lanzamiento de la Empresa	\$ 1.140.000
Adecuaciones locativas	\$ 2.500.000
TOTAL	\$ 6.640.000

5.1.3 Inversión de capital de trabajo El capital de trabajo hace referencia a todos aquellos recursos que la empresa requiere para poder operar .en este sentido, corresponde al activo corriente para el proyecto, este indicador se determinó de la siguiente manera: costos de producción (materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación) y los gastos de administración y ventas, en cuanto a los costos indirectos de producción no se toman en cuenta los valores de depreciación ya que no representan una salida real de dinero).

5.1.3.1 Costos de producción o servicio. El programa de servicios que la empresa llevara a cabo en cada uno de los cinco años del proyecto ya fue determinado en el estudio técnico, los recursos humanos y físicos, así como los insumos necesarios en la prestación del servicio de evento, en el primer año del proyecto se prestarán 166 servicios de eventos infantiles

5.1.3.1.1. Materias Primas. Por las características del proyecto, corresponde a los costos por concepto de insumos que intervengan directamente e indirectamente en el componente de los servicios de eventos. El monto de los costos que se apropiarán para la compra o contratación de servicios e insumos

con terceros para los diferentes eventos infantiles que se realicen, corresponderán al 60% del precio de venta del evento.

5.1.3.1.2 . Mano obra directa. Corresponde a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales de los empleados involucrados directamente con el servicio, en el caso de la mano de obra directa se contratara por prestación de servicio.

Cuadro 52. Mano de Obra Directa

Información Prestacional - COORDINADOR	%	Salario Básico	Animador	Salario Básico	Recreacionista	Salario Básico	Auxiliar de Logística	Salario Básico
Prima	8,33%	83.175	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Vacaciones	4,17%	41.637	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Cesantías	8,33%	83.175	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Intereses Cesantías	1,00%	9.985	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Caja de compensación	4,00%	39.940	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
ICBF	0,00%	0	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Sena	0,00%	0	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Salud	0,00%	0	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Pensión	12,00%	119.820	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Riesgos Profesionales	1,00%	9.985	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Prestación de Servicios	0,00%	0	0%	\$ 70.000	0%	\$ 50.000	0%	\$ 40.000
Dotación	7,00%	69.895	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
% Total	45,83%	457613	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -
Básico		998.500		\$ -		\$ -		\$ -
Aux. Transporte		74.000		\$ -		\$ -		\$ -
TOTAL MENSUAL		1.530.113		\$ 968.333		\$691.666		\$ 553.333
TOTAL AÑO		\$ 18.361.351		\$11.620.000		\$8.300.000		\$ 6.640.000

5.1.3.1.3 Costos indirectos del servicio: Comprende los costos generales y están relacionados con el área de operación del servicio.

Materiales Indirectos: Hace referencia a los elementos de aseo de la instalación tomada en arriendo en cumplimiento del objeto social de la empresa, así como elementos de primeros auxilios y uniformes de trabajo. El costo de este rubro será asumido en 90% por el área operativa y el 10% por el área administrativa de la empresa.

Cuadro 53. Materiales Indirectos del Servicio

Concepto	Cantidad mensual	Costo unidad	Consumo Unidad/año	Costo anual
Escobas		4.000	8	32.000
Cepillos-churruscos		2.500	6	15.000
Traperos		4.500	8	36.000
Jabón detergente (kg)	3	5.000	36	180.000
Jabón lavaplatos (280g)	4	2.500	48	120.000
Esponjillas y otros	4	500	48	24.000
Hipoclorito (galón)	1	6.000	12	72.000
Botiquín P.A.	Varios	50.000	12	600.000
Uniformes de Trabajo		80.000	30	2.400.000
TOTAL				\$ 3.479.000

Cuadro 54. Mano de Obra Indirecta

Información Prestacional - Servicios Generales	%	Salario Básico	644.350
Prima	8,33%	53.674	
Vacaciones	4,17%	26.869	
Cesantías	8,33%	53.674	
Intereses Cesantías	1,00%	6.444	
Caja de compensación	4,00%	25.774	
ICBF	0,00%	0	Ley 89/98
Sena	0,00%	0	Ley 1607/12
Salud	0,00%	0	Ley 89/99

Información Prestacional - Servicios Generales	%	Salario Básico	644.350
Pensión	12,00%	77.322	
Riesgos Profesionales	1,00%	6.444	
Dotación	7,00%	45.105	
% Total	45,83%	295.306	
Básico		644.350	
Aux. Transporte		74.000	
TOTAL		1.013.656	
		\$	
TOTAL AÑO		12.163.867	

Cuadro 55. Costos generales del servicio

Conceptos del costo	Costo fijo AL MES	Costo Variable Mensual	Costo anual en pesos
Canon de arriendo	\$ 3.000.000		\$ 36.000.000
servicios públicos	\$ 350.000	\$ 153.000	\$ 6.036.000
servicio de internet	\$ 80.000		\$ 960.000
Transporte		\$ 200.000	\$ 2.400.000
Depreciación	\$ 214.928		\$ 2.579.130
Impuesto de industria y comercio	\$ 1.482.000		\$ 1.482.000
Impuesto de avisos y tableros	\$ 19.192		\$ 230.300
Seguro todo riesgo	\$ 60.000		\$ 720.000
TOTAL	\$ 3.375952		\$ 50.407.430

5.1.3.1.4. Total costos del servicio: A continuación se muestra el consolidado de los costos del área operativa para el primer año del proyecto.

Cuadro 56. Total de costos del servicio

PRIMER AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 298.800.000	69,11%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 71.380.000	16,51%
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 0	0,00%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 62.191.161	14,38%

PRIMER AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
OTROS COSTOS		0,00%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 432.371.161	100,00%
SEGUNDO AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 298.800.000	73,42%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 38.180.000	9,38%
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 3.946.823	0,97%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 66.046.294	16,23%
OTROS COSTOS		0,00%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 406.973.117	100,00%
TERCER AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 307.800.000	73,96%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 38.180.000	9,17%
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 4.066.424	0,98%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 66.125.336	15,89%
OTROS COSTOS		0,00%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 416.171.760	100,00%
CUARTO AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 320.400.000	74,68%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 38.180.000	8,90%
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 4.186.024	0,98%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 66.235.995	15,44%
OTROS COSTOS		0,00%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 429.002.019	100,00%
QUINTO AÑO	COSTOS	PARTIC. PORCENT.
COSTOS INSUMOS	\$ 334.800.000	75,44%
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 38.180.000	8,60%
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 4.425.226	1,00%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 66.362.462	14,95%
OTROS COSTOS		0,00%
TOTAL COSTOS DEL PROCESO	\$ 443.767.688	100,00%

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas: Se analizarán los sueldos y prestaciones sociales del personal que labora en el área administrativa de la empresa, como los gastos por concepto de nómina, que corresponden a los devengados por el gerente de la empresa y un contador externo.

Cuadro 57. Presupuesto de sueldos administrativos (primer año)

Información Prestacional	%	SALARIO BASICO		
		GERENTE	SECRETARI A	
Prima	8,33%	155.761	66.003	
Vacaciones	4,17%	77.974	62.996	
Cesantías	8,33%	155.761	851.872	
Intereses Cesantías	1,00%	18.699	7.184	
Caja de compensación	4,00%	74.795	28.734	
ICBF	0,00%	0	0	Ley 89/98
Sena	0,00%	0	0	Ley 1607/12
Salud	0,00%	0	0	Ley 89/99
Pensión	12,00%	224.385	95.082	
Riesgos Profesionales	1,00%	18.699	7.924	
Dotación	7,00%	130.891	55.465	
% Total	45,83%	856.964	363.134	
Básico		1.795.875	718.350	
Aux. Transporte		74.000	74.000	
TOTAL		2.726.839	1.155.484	
Total Año		\$32.722.065	\$13.865.808	

Así mismo, se causan otros gastos relacionados con la gestión directiva, los cuales se definen a continuación:

Cuadro 58. Total de Gastos Administrativos y de ventas del servicio

GASTOS DE ADMINISTRACION:	Vr. / mes	Vr. / año
Personal de administración (*)	\$ 3.993.984	\$ 47.927.805
Arrendamiento	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Depreciación inmueble	\$ 0	\$ 0
Servicios públicos (Energía, agua)	\$ 35.000	\$ 420.000
Servicio de Internet y comunicaciones	\$ 8.000	\$ 96.000

GASTOS DE ADMINISTRACION:	Vr. / mes	Vr. / año
Otros gastos indirectos	\$ 28.992	\$ 347.900
Depreciación muebles y enseres	\$ 11.803	\$ 141.638
Depreciación equipos de cómputo	\$ 65.950	\$ 791.400
Depreciación vehículos	\$ 0	\$ 0
Amortización de diferidos	\$ 110.667	\$ 1.328.000
Otros gastos de administración:		
Papelería	\$ 30.000	\$ 360.000
Contador	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Varios	\$ 245.058	\$ 2.940.696
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION:	\$ 5.229.453	\$ 62.753.439

5.1.3.3 Gastos Financieros (Intereses)

Cuadro 59. Gastos Financieros

<i>Períodos Mensual</i>	<i>Saldos de Capital</i>	<i>Abonos a Capital</i>	<i>Intereses 2,01%</i>	<i>Vr. Abonos + Intereses</i>
0	\$ 48.000.000			\$ 0
1	\$ 47.200.000	\$ 800.000	\$ 966.295	\$ 1.766.295
2	\$ 46.400.000	\$ 800.000	\$ 950.190	\$ 1.750.190
3	\$ 45.600.000	\$ 800.000	\$ 934.085	\$ 1.734.085
4	\$ 44.800.000	\$ 800.000	\$ 917.980	\$ 1.717.980
5	\$ 44.000.000	\$ 800.000	\$ 901.876	\$ 1.701.876
6	\$ 43.200.000	\$ 800.000	\$ 885.771	\$ 1.685.771
7	\$ 42.400.000	\$ 800.000	\$ 869.666	\$ 1.669.666
8	\$ 41.600.000	\$ 800.000	\$ 853.561	\$ 1.653.561
9	\$ 40.800.000	\$ 800.000	\$ 837.456	\$ 1.637.456
10	\$ 40.000.000	\$ 800.000	\$ 821.351	\$ 1.621.351
11	\$ 39.200.000	\$ 800.000	\$ 805.246	\$ 1.605.246
12	\$ 38.400.000	\$ 800.000	\$ 789.141	\$ 1.589.141
13	\$ 37.600.000	\$ 800.000	\$ 773.036	\$ 1.573.036
14	\$ 36.800.000	\$ 800.000	\$ 756.931	\$ 1.556.931
15	\$ 36.000.000	\$ 800.000	\$ 740.826	\$ 1.540.826
16	\$ 35.200.000	\$ 800.000	\$ 724.721	\$ 1.524.721
17	\$ 34.400.000	\$ 800.000	\$ 708.616	\$ 1.508.616
18	\$ 33.600.000	\$ 800.000	\$ 692.512	\$ 1.492.512
19	\$ 32.800.000	\$ 800.000	\$ 676.407	\$ 1.476.407
20	\$ 32.000.000	\$ 800.000	\$ 660.302	\$ 1.460.302

Períodos Mensual	Saldos de Capital	Abonos a Capital	Intereses 2,01%	Vr. Abonos + Intereses
21	\$ 31.200.000	\$ 800.000	\$ 644.197	\$ 1.444.197
22	\$ 30.400.000	\$ 800.000	\$ 628.092	\$ 1.428.092
23	\$ 29.600.000	\$ 800.000	\$ 611.987	\$ 1.411.987
24	\$ 28.800.000	\$ 800.000	\$ 595.882	\$ 1.395.882
25	\$ 28.000.000	\$ 800.000	\$ 579.777	\$ 1.379.777
26	\$ 27.200.000	\$ 800.000	\$ 563.672	\$ 1.363.672
27	\$ 26.400.000	\$ 800.000	\$ 547.567	\$ 1.347.567
28	\$ 25.600.000	\$ 800.000	\$ 531.462	\$ 1.331.462
29	\$ 24.800.000	\$ 800.000	\$ 515.357	\$ 1.315.357
30	\$ 24.000.000	\$ 800.000	\$ 499.253	\$ 1.299.253
31	\$ 23.200.000	\$ 800.000	\$ 483.148	\$ 1.283.148
32	\$ 22.400.000	\$ 800.000	\$ 467.043	\$ 1.267.043
33	\$ 21.600.000	\$ 800.000	\$ 450.938	\$ 1.250.938
34	\$ 20.800.000	\$ 800.000	\$ 434.833	\$ 1.234.833
35	\$ 20.000.000	\$ 800.000	\$ 418.728	\$ 1.218.728
36	\$ 19.200.000	\$ 800.000	\$ 402.623	\$ 1.202.623
37	\$ 18.400.000	\$ 800.000	\$ 386.518	\$ 1.186.518
38	\$ 17.600.000	\$ 800.000	\$ 370.413	\$ 1.170.413
39	\$ 16.800.000	\$ 800.000	\$ 354.308	\$ 1.154.308
40	\$ 16.000.000	\$ 800.000	\$ 338.203	\$ 1.138.203
41	\$ 15.200.000	\$ 800.000	\$ 322.098	\$ 1.122.098
42	\$ 14.400.000	\$ 800.000	\$ 305.993	\$ 1.105.993
43	\$ 13.600.000	\$ 800.000	\$ 289.889	\$ 1.089.889
44	\$ 12.800.000	\$ 800.000	\$ 273.784	\$ 1.073.784
45	\$ 12.000.000	\$ 800.000	\$ 257.679	\$ 1.057.679
46	\$ 11.200.000	\$ 800.000	\$ 241.574	\$ 1.041.574
47	\$ 10.400.000	\$ 800.000	\$ 225.469	\$ 1.025.469
48	\$ 9.600.000	\$ 800.000	\$ 209.364	\$ 1.009.364
49	\$ 8.800.000	\$ 800.000	\$ 193.259	\$ 993.259
50	\$ 8.000.000	\$ 800.000	\$ 177.154	\$ 977.154
51	\$ 7.200.000	\$ 800.000	\$ 161.049	\$ 961.049
52	\$ 6.400.000	\$ 800.000	\$ 144.944	\$ 944.944
53	\$ 5.600.000	\$ 800.000	\$ 128.839	\$ 928.839
54	\$ 4.800.000	\$ 800.000	\$ 112.734	\$ 912.734
55	\$ 4.000.000	\$ 800.000	\$ 96.630	\$ 896.630
56	\$ 3.200.000	\$ 800.000	\$ 80.525	\$ 880.525
57	\$ 2.400.000	\$ 800.000	\$ 64.420	\$ 864.420

<i>Períodos Mensual</i>	<i>Saldos de Capital</i>	<i>Abonos a Capital</i>	<i>Intereses 2,01%</i>	<i>Vr. Abonos + Intereses</i>
58	\$ 1.600.000	\$ 800.000	\$ 48.315	\$ 848.315
59	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 32.210	\$ 832.210
60	\$ 0	\$ 800.000	\$ 16.105	\$ 816.105

La empresa organizadora de eventos tendría un gasto en intereses por los 5 años un valor de \$ 29.472.003,5

5.1.3.4 Total Capital de trabajo. Considerando que la empresa de eventos infantiles es gran generadora de efectivo, solo se considera (17) días de costos y gastos como capital de trabajo, sin tener en cuenta los gastos financieros y la depreciación y amortización de diferidos por no ser egresos monetarios.

Cuadro 60. Capital de Trabajo

INVERSION CAPITAL DE TRABAJO:	PERIODICIDAD:	Valor del Capital	Porcentaje
	No. días:		
Caja o bancos (Saldo mínimo)	5	\$ 6.895.216	21%
Cartera comercial (Ver política ventas)	17	\$ 23.516.667	30%
Inventario Producto terminado	0	\$ -	0%
Inventario Materia Prima		\$ -	0%
		\$ -	0%
		\$ -	0%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 30.411.882	51%

5.1.4 Inversión total. A continuación se presenta el resumen de las inversiones requeridas para la puesta en marcha del proyecto de eventos en la ciudad de Bucaramanga.

Cuadro 61. Resumen Inversiones del Proyecto

		VALOR INVERSION	Porc. particip.
INVERSIONES FIJAS:	No. años para depreciación		
Terrenos	0		0,0%
Edificaciones, locales, oficinas	20		0,0%
Maquinaria y equipos básicos	10	\$ 25.791.300	37,8%
Muebles y escritorios de oficina	10	\$ 1.416.380	2,1%
Equipos cómputo con software e impresoras	5	\$ 3.957.000	5,8%
Vehículo	5		0,0%
Motocicleta	5		0,0%
Herramientas menores			0,0%
			0,0%
TOTAL INVERSION FIJA		\$ 31.164.680	45,7%
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO:	PERIODICIDAD:		
	No. días:		
Caja o bancos (Saldo mínimo)	5	\$ 6.895.216	10,1%
Cartera comercial (Ver política ventas)	17,00	\$ 23.516.667	34,5%
Inventario Producto terminado	0,00	\$ 0	0,0%
Inventario Materia Prima		\$ 0	0,0%
		\$ 0	0,0%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 30.411.882	44,6%
INVERSION DIFERIDA:			
Constit. y legalización de la Empresa		\$ 1.400.000	2,1%
Estudios previos al proyecto		\$ 1.200.000	1,8%
Permisos, licencias, patentes		\$ 400.000	0,6%
Gastos anticipados		\$ 1.140.000	1,7%

		VALOR INVERSION	Porc. particip.
Otros conceptos		\$ 2.500.000	3,7%
TOTAL INVERSION DIFERIDA		\$ 6.640.000	9,7%
INVERSION TOTAL		\$ 68.216.562	100,0%

5.1.5 Fuentes de financiación

Recursos propios. El Proyecto se financiara en el 30% con los aportes de (2) socios capitalistas, los cuales podrán realizar su pago en efectivo, títulos de valores a la vista, y otros recursos como equipos de sonidos, luces y equipos de cómputos necesarios para la puesta en marcha de la empresa los cuales deben sumar un monto de \$ 20.464.969.

Recursos de terceros. La empresa World Kid's Ltda., hará uso del financiamiento externo para cubrir la restante de la inversión requerida en activos y capital de trabajo, correspondiente al 70% del costo total del proyecto equivalente a \$47.751.594. El crédito se realizará por un valor de \$48.000.000 en la entidad bancaria Bancolombia que ofrece un interés de libre inversión del 27.02% E.A.²⁴ el pago será mensual con una duración de 5 años.

Cuadro 62. Plan de Financiación

	VALOR	PORCENTAJE
RECURSOS PROPIOS	\$ 20.464.969	30,00%
RECURSOS DE CREDITO	\$ 47.751.594	70,00%
PROVEEDORES	\$ 0	0,00%
TOTAL FINANCIACION	\$ 68.216.562	100,00%

²⁴ Fuente: Bancolombia, Oficina Megamall- Bucaramanga [Consultado el 3/08/2015]

Cuadro 63. Tasa de interés de la financiación.

Valor	\$ 48.000.000		
Plazo (En años)	5,00		
Per. Gracia (En años)		Tasa DTF en T.A.	DTF + puntos E.A.
Tasa DTF	27,02%	23,22%	27,02%
Puntos adicionales		23,22%	
Tasa de Interés anual	24,16%		

5.2 COSTOS Y GASTOS**5.2.1 Costos y gastos fijos.****Cuadro 64. Costos y gastos fijos**

Descripción:	Gastos fijos / mes	Costos fijos/ año
Arrendamiento	\$2.700.000,00	\$32.400.000,00
Depreciación inmueble	\$0,00	\$0,00
Servicios públicos (Energía, agua)	\$315.000,00	\$3.780.000,00
Servicio de Internet y comunicaciones	\$72.000,00	\$864.000,00
Mantenimiento de planta y equipos	\$0,00	\$0,00
Seguros de equipos, mercancías y planta	\$60.000,00	\$720.000,00
Depreciación de equipos	\$214.927,50	\$2.579.130,00
Otros costos indirectos	\$260.925,00	\$3.131.100,00
Personal Indirecto en el proceso *	\$1.039.429,61	\$12.473.155,26
Admón. local	\$0,00	\$0,00
Impuesto de Avisos y tableros	\$19.191,67	\$230.300,00
Total Costos Fijos	\$4.681.473,77	\$56.177.685,26
Descripción:	Gastos fijos / mes	Gastos Fijos/año
Personal de administración (*)	\$3.988.811,72	\$47.865.740,61
Arrendamiento	\$300.000,00	\$3.600.000,00
Depreciación inmueble	\$0,00	\$0,00
Servicios públicos (Energía, agua)	\$35.000,00	\$420.000,00
Servicio de Internet y comunicaciones	\$8.000,00	\$96.000,00
Otros gastos indirectos	\$28.991,67	\$347.900,00
Depreciación muebles y enseres	\$11.803,17	\$141.638,00
Depreciación equipos de cómputo	\$65.950,00	\$791.400,00

Descripción:	Gastos fijos / mes	Costos fijos/ año
Depreciación vehículos	\$0,00	\$0,00
Amortización de diferidos	\$110.666,67	\$1.328.000,00
Otros gastos de administración:	\$0,00	
Papelería	\$30.000,00	\$360.000,00
Contador	\$400.000,00	\$4.800.000,00
Varios	\$245.058,00	\$2.940.696,00
Total gastos fijos	\$5.224.281,22	\$62.691.374,61

5.2.2 Costos y gastos variables.

Cuadro 65. Costos y gastos variables

Descripción:	Costos Variables mes	Costos Variables año
Mano de Obra directa	\$6.273.385,88	\$75.280.630,60
Materiales Indirectos	\$28.991,67	\$347.900,00
Otros costos indirectos de Fabricación Variables	\$200.000,00	\$2.400.000,00
Costo variables de servicios públicos	\$153.000,00	\$1.836.000,00
Total Costos Variables	\$6.655.377,55	\$79.864.530,60
	Gastos Variables mes	Gastos Variables año
Básico personal de ventas (*)	\$0,00	\$0,00
Comisiones sobre venta y recaudo	\$0,00	\$0,00
Publicidad	\$342.500,00	\$4.110.000,00
Gastos de Representación	\$0,00	\$0,00
otros	\$0,00	\$0,00
Total Gastos Variables	\$342.500,00	\$4.110.000,00

5.2.3 Costo y gasto total unitario. El costo unitario corresponde al 60% de insumos sobre el valor del servicio más los costos y gastos variables.

Cuadro 66. Costo y Gasto unitario

Costos Totales	Valor
Personal por tareas	\$ -
Costo de Insumos	\$298.800.000,00
Comisiones sobre venta	\$ -
Gastos Bancarios	\$ 1.992.000,00
Total	\$300.792.000,00
Capacidad Instalada	166
Costo Unitario	\$ 1.812.000,00

PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta, se tiene en cuenta costo de los insumos y los costos indirectos de fabricación variables y un margen de contribución que se estima en 39.15%, se debe aclarar que los costos de insumos corresponde a un porcentaje del valor del servicio el cual puede variar según los requerimientos del cliente.

Cuadro 67. Precio de Venta

PRECIO DE VENTA	
Costo Unitario	\$ 1.812.000
Margen de contribución	39,15%

$$Precio\ de\ Venta = \frac{Costo\ unitario}{(1 - Margen\ de\ Contribución)} = \frac{\$1.812.000}{(1 - 39.15\%)} = \$3.000.000$$

EL precio de venta se redondea a \$3.000.000 para realizar las respectivas proyecciones financieras.

5.3 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.3.1 Ingresos La proyección es un presupuesto estimado a una fecha en concreto, en función de las expectativas que se tienen durante un periodo de tiempo. Para el caso de los ingresos se tiene en cuenta la capacidad utilizada de

los primeros cinco años y el precio de venta unitario para calcular las ventas anuales.

Cuadro 68. Ingresos Financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad	166	169	174	180	189
Precio de Venta	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000	\$3.000.000
Ingresos por venta del Periodo	\$498.000.000	\$507.000.000	\$522.000.000	\$540.000.000	\$567.000.000
Total ingresos por ventas	\$498.000.000	\$507.000.000	\$522.000.000	\$540.000.000	\$567.000.000

5.3.2 Egresos

Cuadro 69. Egresos Operacionales

Egresos operacionales:						
Pago Compras materia prima del período	\$ 298.800.000	\$ 304.200.000	\$ 313.200.000	\$ 325.800.000	\$ 342.000.000	
Pago Compras materia prima período anterior	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Pago Personal Directo	\$ 75.280.631	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000	
Pago Personal por tareas	\$ 0	\$ 12.905.935	\$ 13.297.024	\$ 14.079.202	\$ 14.861.380	
Pago costos indirectos del servicio	\$ 57.834.555	\$ 57.911.109	\$ 58.038.700	\$ 58.217.326	\$ 58.446.989	
Pago gastos de administración	\$ 60.430.337	\$ 60.430.337	\$ 60.430.337	\$ 60.430.337	\$ 60.430.337	
Pago gastos de ventas	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	
Pago de impuestos	\$ 0	\$ 4.809.637	\$ 8.658.950	\$ 11.660.017	\$ 15.389.604	
Total egresos operacionales	\$ 496.455.522	\$ 475.907.019	\$ 489.275.010	\$ 505.836.882	\$ 526.778.309	

5.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.4.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años

Cuadro 70- Estado de Resultados Proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL VENTAS DE PRODUCTOS	\$ 498.000.000	\$ 507.000.000	\$ 522.000.000	\$ 543.000.000	\$ 570.000.000
COSTOS DE PRODUCCION (DE COMERCIALIZACIÓN)					
+ Inventario inicial de Insumos o Mercancías	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+ Compras de insumos o mercancías	\$ 298.800.000	\$ 304.200.000	\$ 313.200.000	\$ 325.800.000	\$ 342.000.000
- Inventario final de insumos o mercancías	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
COSTOS INSUMOS	\$ 298.800.000	\$ 304.200.000	\$ 313.200.000	\$ 325.800.000	\$ 342.000.000
COSTOS PERSONAL DIRECTO	\$ 75.280.631	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000	\$ 31.540.000
COSTO PERSONAL POR TAREAS	\$ 0	\$ 12.905.935	\$ 13.297.024	\$ 14.079.202	\$ 14.861.380
COSTOS INDIRECTOS	\$ 60.413.685	\$ 60.490.239	\$ 60.617.830	\$ 60.796.456	\$ 61.026.119
OTROS COSTOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL COSTO DE PROD. (COMERCIALIZ.)	\$ 434.494.316	\$ 409.136.175	\$ 418.654.854	\$ 432.215.658	\$ 449.427.499
+ Inventario Inicial de prod. terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Inventario Final de prod. terminado	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 434.494.316	\$ 409.136.175	\$ 418.654.854	\$ 432.215.658	\$ 449.427.499

UTILIDAD BRUTA	\$ 63.505.684	\$ 97.863.825	\$ 103.345.146	\$ 110.784.342	\$ 120.572.501
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	12,75%	19,30%	19,80%	20,40%	21,15%
GASTOS OPERACIONALES:					
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 62.691.375	\$ 62.691.375	\$ 62.691.375	\$ 62.691.375	\$ 62.691.375
GASTOS DE VENTAS	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000	\$ 4.110.000
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 66.801.375	\$ 66.801.375	\$ 66.801.375	\$ 66.801.375	\$ 66.801.375
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 3.295.690	\$ 31.062.451	\$ 36.543.771	\$ 43.982.967	\$ 53.771.126
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	-0,66%	6,13%	7,00%	8,10%	9,43%
GASTOS FINANCIEROS:					
INTERESES SOBRE CREDITO	\$ 10.532.618	\$ 8.213.509	\$ 5.894.401	\$ 3.575.292	\$ 1.256.184
GASTOS BANCARIOS	\$ 1.992.000	\$ 2.028.000	\$ 2.088.000	\$ 2.172.000	\$ 2.280.000
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 12.524.618	\$ 10.241.509	\$ 7.982.401	\$ 5.747.292	\$ 3.536.184
UTIL. DESPUES DE GASTOS FINANC.	-\$ 15.820.308	\$ 20.820.941	\$ 28.561.371	\$ 38.235.675	\$ 50.234.943
MARG. UTILID.DESP. GASTOS FCIEROS.	-3,18%	4,11%	5,47%	7,04%	8,81%
IMPUESTO DE RENTA	\$ 0	\$ 6.870.911	\$ 9.425.252	\$ 12.617.773	\$ 16.577.531
UTILIDA NETA	-\$ 15.820.308	\$ 13.741.821	\$ 18.850.505	\$ 25.235.545	\$ 33.155.062
MARGEN DE UTILIDA NETA	-3,18%	2,71%	3,61%	4,65%	5,82%
Tasa de impuesto CREE	9%	9%	9%	9%	9%
Tasa de impuesto de RENTA	25%	25%	25%	25%	25%

5.4.2 Flujo de Caja Proyectado

Cuadro 71. Flujo de Caja Proyectado

	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL:						
Ingresos por ventas del período	\$ -	\$474.483.333	\$483.058.333	\$497.350.000	\$517.358.333	\$543.083.333
Ingresos por recaudos período anterior	\$ -	\$0	\$23.516.667	\$23.941.667	\$24.650.000	\$25.641.667
Total ingresos por ventas	\$ -	\$474.483.333	\$506.575.000	\$521.291.667	\$542.008.333	\$568.725.000
Egresos operacionales:						
Pago Compras materia prima del período	\$ -	\$298.800.000	\$304.200.000	\$313.200.000	\$325.800.000	\$342.000.000
Pago Compras materia prima período anterior	\$ -	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago Personal Directo	\$ -	\$75.280.631	\$31.540.000	\$31.540.000	\$31.540.000	\$31.540.000
Pago Personal por tareas	\$ -	\$0	\$12.905.935	\$13.297.024	\$14.079.202	\$14.861.380
Pago costos indirectos del servicio	\$ -	\$57.834.555	\$57.911.109	\$58.038.700	\$58.217.326	\$58.446.989
Pago gastos de administración	\$ -	\$60.430.337	\$60.430.337	\$60.430.337	\$60.430.337	\$60.430.337
Pago gastos de ventas	\$ -	\$4.110.000	\$4.110.000	\$4.110.000	\$4.110.000	\$4.110.000
Pago de impuestos	\$ -	\$0	\$4.809.637	\$8.658.950	\$11.660.017	\$15.389.604
Total egresos operacionales	\$ -	\$496.455.522	\$475.907.019	\$489.275.010	\$505.836.882	\$526.778.309
Flujo de caja operacional		-\$21.972.189	\$30.667.981	\$32.016.656	\$36.171.452	\$41.946.691

Inversiones a realizar:						
Compra activos fijos	\$31.164.680,00	-\$31.164.680				
Inversión diferida	\$ 6.640.000,00	-\$6.640.000				
Financiación y apalancamiento:						
Recursos Propios	\$ -	\$20.216.562				
Crédito Financiero	\$ -	\$48.000.000				
Atención de la deuda:						
Abonos a capital	\$ -	-\$9.600.000	-\$9.600.000	-\$9.600.000	-\$9.600.000	-\$9.600.000
Pago de intereses	\$ -	-\$12.524.618	-\$10.241.509	-\$7.982.401	-\$5.747.292	-\$3.536.184
Flujo de caja desp.Invers. Y financ.	\$37.804.680,00	-\$13.684.925	\$10.826.472	\$14.434.255	\$20.824.159	\$28.810.507
Pago utilidades a Socios	\$ -					
Otros Ingresos (Egresos) en efectivo	\$ -					
Saldo en caja del período	\$37.804.680,00	-\$13.684.925	\$10.826.472	\$14.434.255	\$20.824.159	\$28.810.507
Saldo anterior en caja	\$ -		-\$13.684.925	-\$2.858.453	\$11.575.803	\$32.399.962
Saldo final acumulado	\$37.804.680,00	-\$13.684.925	-\$2.858.453	\$11.575.803	\$32.399.962	\$61.210.470
No. DE DÍAS DE CAJA	0	0	0	8,5	23,1	41,8

5.4.3 Balance General inicial y proyectado

Cuadro 72. Balance General

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos	-\$ 13.684.925	-\$ 2.858.453	\$ 11.575.803	\$ 32.399.962	\$ 61.210.470
Cartera comercial	\$ 23.516.667	\$ 23.941.667	\$ 24.650.000	\$ 25.641.667	\$ 26.916.667
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Otros activos corrientes	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total activos corriente	\$ 9.831.742	\$ 21.083.214	\$ 36.225.803	\$ 58.041.629	\$ 88.127.136
Activo fijo bruto	\$ 31.164.680	\$ 31.164.680	\$ 31.164.680	\$ 31.164.680	\$ 31.164.680
- Depreciación acumulada	-\$ 3.512.168	-\$ 7.024.336	-\$ 10.536.504	-\$ 14.048.672	-\$ 17.560.840
Activo fijo neto	\$ 27.652.512	\$ 24.140.344	\$ 20.628.176	\$ 17.116.008	\$ 13.603.840
Activos diferidos bruto	\$ 6.640.000	\$ 6.640.000	\$ 6.640.000	\$ 6.640.000	\$ 6.640.000
- Amortizac. Diferida acumulada	-\$ 1.328.000	-\$ 2.656.000	-\$ 3.984.000	-\$ 5.312.000	-\$ 6.640.000
Activos diferidos netos	\$ 5.312.000	\$ 3.984.000	\$ 2.656.000	\$ 1.328.000	\$ 0
TOTAL ACTIVOS	\$ 42.796.254	\$ 49.207.558	\$ 59.509.979	\$ 76.485.637	\$ 101.730.976
Obligac. Fcieras. De Corto Plazo	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 0
Proveedores por pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta por pagar	\$ 0	\$ 2.061.273	\$ 2.827.576	\$ 3.785.332	\$ 4.973.259
Otros pasivos crttes. Por pagar					
Total Pasivo Corriente	\$ 9.600.000	\$ 11.661.273	\$ 12.427.576	\$ 13.385.332	\$ 4.973.259

Obligac. Fcieras. De largo plazo	\$ 28.800.000	\$ 19.200.000	\$ 9.600.000	\$ 0	\$ 0
Otros acreedores y/o cuentas por pagar					
Total Pasivo de largo plazo	\$ 28.800.000	\$ 19.200.000	\$ 9.600.000	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 38.400.000	\$ 30.861.273	\$ 22.027.576	\$ 13.385.332	\$ 4.973.259
Patrimonio:					
Capital Socios	\$ 20.216.562	\$ 20.216.562	\$ 20.216.562	\$ 20.216.562	\$ 20.216.562
Reservas	-\$ 1.582.031	-\$ 187.028	\$ 1.726.584	\$ 4.288.374	\$ 7.654.115
Utilidad ejercicio. Anteriores	\$ 0	-\$ 14.238.277	-\$ 1.683.250	\$ 15.539.257	\$ 38.595.369
Utilidad del ejercicio	-\$ 14.238.277	\$ 12.555.028	\$ 17.222.506	\$ 23.056.112	\$ 30.291.670
TOTAL PATRIMONIO	\$ 4.396.254	\$ 18.346.285	\$ 37.482.403	\$ 63.100.305	\$ 96.757.717
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 42.796.254	\$ 49.207.558	\$ 59.509.979	\$ 76.485.637	\$ 101.730.976

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Para el proyecto es de gran importancia estudiar el desarrollo de los aspectos relativos al impacto social, ambiental y financiero dentro del entorno en que se encuentre, para lograr darle estabilidad a esta clase de empresa.

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Impacto Social

Este aspecto social se caracteriza por buscar y mantener una constante interacción con los consumidores, en el desarrollo de las actividades; ayudando así al crecimiento de la calidad de los trabajadores y clientes.

- **Generación de empleo:** el sector empresarial de la ciudad de Bucaramanga impulsa el desarrollo de emprendimientos personales mediados por el uso de TIC, que aprovechan las ofertas laborales del mundo para ser ejecutadas desde la región.

La empresa de eventos infantiles “WORLD KID’S”, busca la recreación e integración a través de los paquetes de servicios de eventos los cuales se desarrollan con responsabilidad garantizando la prevención y administración de los factores contaminantes.

De igual manera, la recreación en la ciudad de Bucaramanga, busca el reconocimiento a nivel nacional y departamental, para acrecentar su enfoque a nivel económico, favoreciendo el montaje de otras empresas o negocios.

Por ello la empresa “WORLD KID’S” contribuye de manera directa al desarrollo económico y social en Bucaramanga, El proyecto generará 6 empleos directos y 3 indirectos que corresponden a actividades complementarias a los servicios de eventos ofrecidos.

- **Mejoramiento De Calidad De Vida:** La empresa de eventos “WORLD KID´S” se muestra como una fuente de empleo y crea un ambiente excelente para los trabajadores, ya que por ello contribuye a la salud económica de la empresa.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Impacto Ambiental

Las normas ambientales enseñan los parámetros para evadir los efectos nocivos que perturben la salud de la población, afecten el equilibrio de ecosistemas, alteren la paz pública o lesionen el derecho de las personas a disfrutar plácidamente de los bienes de uso público y del medio ambiente.

Para el proyecto se genera cierto impacto ambiental por aquellos residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias y sonoras del medio ambiente como son:

Contaminación sonora: según lo señalado en las normas vigentes, y a nivel adecuado a los usos y actividades a realizar, este tipo de contaminación es el mayor reto para empresa.

Manejo de residuos sólidos: proceso de basuras, desechos y desperdicios proveniente del desarrollo de la actividad infantil, por tanto se diseñan actividades de procesamiento y disposición final. Por consiguiente la empresa “WORLD KID´S” no tiene problema de aspecto legal y ambiental para entrar a funcionar adecuadamente en el mercado.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos

Contaminación sonora: Para el proyecto empresarial de eventos infantiles el ruido es el mayor impacto, ya que se manejan diferentes magnitudes acústicas, dependiendo del tipo de evento.

El ruido es el tema que implica a la empresa de eventos infantiles “WORLD KID´S”. Según los estudios de la organización mundial de la salud, señalan al ruido como un factor estresante, una carga mayor para el cuerpo que produce un mayor consumo de energía y desgaste.

Características:

- Es complejo de medir y cuantificar.
- No deja residuos, no tiene un efecto acumulativo en el medio, pero si puede tener un efecto acumulativo en sus efectos en el hombre.
- Tiene un radio de acción mucho menos que otros contaminantes.
- Es el contaminante más barato de producir y necesita muy poca energía para emitirlo.

Normatividad:

- Resolución No. 627/06 MAVDT: se adopta la norma nacional de emisión de ruido y ruido ambiental (parámetros permisibles, procedimientos técnicos y metodológicos para la medición de ruido, presentación de informes, y otras disposiciones).
- Resolución DAMA No. 185/99: establece condiciones generales para la obtención de permisos de perifoneo en el Distrito Capital.
- Resolución DAMA No. 832/00: establece la clasificación empresarial por impacto sonoro UCR que permite valorar las industrias y establecimientos, respecto a su nivel de generación de ruido.

Cuadro 73. Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido expresados en decibeles DB(A)

Sector	Subsector	Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido en dB(A)	
		Día	Noche
Sector A. Tranquilidad y Silencio	Hospitales, bibliotecas, guarderías, sanatorios, hogares geriátricos.	55	50
Sector B. Tranquilidad y Ruido Moderado	Zonas residenciales o exclusivamente destinadas para desarrollo habitacional, hotelería y hospedajes.	65	55
	Universidades, colegios, escuelas, centros de estudio e investigación.		
	Parques en zonas urbanas diferentes a los parques mecánicos al aire libre.		
Sector C. Ruido	Zonas con usos permitidos industriales, como industrias en general, zonas	75	75

Sector	Subsector	Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido en dB(A)	
		Día	Noche
Intermedio Restringido	portuarias, parques industriales, zonas francas.		
	Zonas con usos permitidos comerciales, como centros comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial, centros deportivos y recreativos, gimnasios, restaurantes, bares, tabernas, discotecas, bingos, casinos.	70	60
	Zonas con usos permitidos de oficinas.	65	55
	Zonas con usos institucionales.		
	Zonas con otros usos relacionados, como parques mecánicos al aire libre, áreas destinadas a espectáculos públicos al aire libre.	80	75
Sector D. Zona Suburbana o Rural de Tranquilidad y Ruido Moderado	Residencial suburbana.	55	50
	Rural habitada destinada a explotación agropecuaria.		
	Zonas de Recreación y descanso, como parques naturales y reservas naturales.		

Fuente: secretaría distrital de ambiental: <http://ambientebogota.gov.co>

Residuos sólidos: Los residuos sólidos generan un alto impacto ambiental, es importante mantener el ambiente limpio, para evitar la diversidad de consecuencias perjudiciales tanto para el medio ambiente como para los seres que la habitamos. Tenemos que tomar conciencia y generar cultura de la importancia de reciclar.

Los residuos sólidos que podemos encontrar en la empresa generalmente son: envolturas, envases de bebidas, materiales deséchaes utilizados para comida, desperdicios de comida, entre otros.

Normatividad: La ley 1259 de 2008, tiene como finalidad implementar el Comparendo Ambiental como instrumento de cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos, mediante sanciones pedagógicas y económicas a todas aquellas personas naturales o jurídicas que infrinjan la normatividad existente en materia de residuos sólidos; así como propiciar el fomento de estímulos a las buenas prácticas ambientalistas.

1. Residuo sólido. Todo tipo de material, orgánico o inorgánico, y de naturaleza compacta, que ha sido desechado luego de consumir su parte vital.
2. Residuo sólido recuperable. Todo tipo de residuo sólido al que, mediante un debido tratamiento, se le puede devolver su utilidad original u otras utilidades.
3. Residuo sólido orgánico. Todo tipo de residuo, originado a partir de un ser compuesto de órganos naturales.
4. Residuo sólido inorgánico. Todo tipo de residuo sólido, originado a partir de un objeto artificial creado por el hombre.
5. Separación en la fuente. Acción de separar los residuos sólidos orgánicos y los inorgánicos, desde el sitio donde estos se producen.
6. Reciclar. Proceso por medio del cual a un residuo sólido se le recuperan su forma y utilidad original, u otras.
7. Sitio de disposición final. Lugar, técnica y ambientalmente acondicionado, donde se deposita la basura. A este sitio se le denomina Relleno Sanitario.
8. Lixiviado. Sustancia líquida, de color amarillo y naturaleza ácida que supura la basura o residuo orgánico, como uno de los productos derivados de su descomposición.
9. Escombro. Todo tipo de residuo sólido, resultante de demoliciones, reparación de inmuebles o construcción de obras civiles; es decir, los sobrantes de cualquier acción que se ejerza en las estructuras urbanas.
10. Espacio público. Todo lugar del cual hace uso la comunidad.
11. Medio ambiente. Interrelación que se establece entre el hombre y su entorno, sea este de carácter natural o artificial.

6.2.2 Plan de mitigación

Contaminación sonora. La empresa de eventos “WORL KID’S” seguirá la normatividad vigente sobre los niveles máximos permitidos del ruido, por tanto la empresa implementara alternativas para disminuir el impacto que puede desarrollar durante el evento, así mismo se optara por comprar equipos de sonidos adecuados, donde se pueda regular las frecuencias de acuerdo a al espacio y el horario donde se realice el evento.

Contaminación por residuos sólidos. El plan de manejo ambiental se basa principalmente en prevenir, compensar o minimizar al máximo cualquier situación donde se presente impactos ambientales negativos, nuestra empresa “WORL KID’S” técnicamente contribuye al medio ambiente incentivando y concientizando a la sociedad del manejo adecuado de los desperdicios , para preservar un entorno optimo y en las mejores condiciones

6.2.2.1 Objetivos

- Identificar los impactos q puedan presentarse en las actividades q realice la empresa y así mismo establecer un plan de acción para su prevención y corrección.
- Implementar políticas ambientales acordes a la legislación nacional.
- Concientizar a sus colaboradores con el cuidado del medio ambiente y el manejo de los recursos naturales.
- Realizar un plan de inspección, control y seguimiento a las instalaciones y actividades donde se generen impactos ambientales de la organización.
- Evaluar los efectos de consumo de energía y decibeles de la organización.
- Evaluar y concientizar a nuestros clientes de la importancia de clasificar los desechos.

6.2.2.2 Política Ambiental


WORL KID'S, es consciente de su compromiso social y de conservación del medio ambiente, establece como prioridad el uso adecuado, racional y eficiente de los recursos naturales a través de la innovación y mejoramiento continuo de sus actividades, con el fin de alcanzar el desarrollo sostenible de la región, cumpliendo con la normatividad ambiental vigente.

6.2.2.3 Manejo de residuos “WORL KID'S”


- **Reciclar:** es importante que se separen debidamente los objetos, teniendo en cuenta el material del que están fabricados, y se dejen en los puntos destinados para ello. Esto evita posibles confusiones, rapidez y posibilidad de acrecentar el bienestar general y calidad de vida de nuestro planeta.
- El reciclar nos da lugar a un gran ahorro de materias primas, ya que si se reutiliza la existente, se necesitara menos material original. Todo para el beneficio del planeta y conservación de elementos naturales.
- El reciclar contribuye a un gran ahorro de energía y se reduce la contaminación. La gran ventaja de reciclar es que se podrá reutilizar los objetos fabricados así el hombre no necesita crear tantos objetos. Por tanto la reducción de la contaminación atmosférica, del suelo y del mar será significativa.
- Los productos no reciclables los consideramos residuos peligrosos por ejemplo, aceites, pintura y algunos plásticos y no pueden ser reutilizados. “WORL KID'S” es consciente de eso por lo tanto se llevan a un punto de recogida de residuos para que los traten como es necesario

Identificación separación de residuos por color

Cuadro 74. Residuos no peligrosos

Residuos no peligrosos	
	<p>Plásticos</p> <p>En el recipiente, caneca o bolsa de color azul es depositado todo material plástico limpio y seco que puede ser aprovechado tales como:</p> <p>Envases de gaseosa y/o jugo, PET vasos o platos desechables limpios</p> <p>Bolsas plásticas</p>

Cuadro 75. Residuos Reciclables

Residuos reciclables no peligrosos	
	<p>Papel y cartón</p> <p>En el recipiente, caneca o bolsa de color gris es depositado.</p> <p>Papel periódico. Tubos de cartón papel higiénico. Cuadernos. Revistas. Cajas de embalaje.</p>

Cuadro 76. Residuos no reciclables

Residuos no reciclables	
	<p>ordinarios</p> <p>En la caneca o bolsa de color verde depositamos aquellos residuos q no pueden ser reciclados.</p> <p>Servilletas Empaques de papel plastificado Barrido Icopor Envases tetra pack</p>

Cuadro 77. Residuos Peligrosos

Residuos Peligrosos	
	<p>No Reciclables</p> <p>En la caneca o bolsa roja depositamos los residuos q no se pueden reciclar y conocemos como residuos peligrosos y se les realiza un tratamiento especial.</p> <p>Envases de aerosol Ácidos, pinturas. Espumantes. Gasas y algodones.</p>

El reciclaje generado antes, durante y después del evento, como envases, papel envolturas, servilletas, icopor entre otros deben ser depositados en las diferentes canecas destinadas y ubicadas donde se lleve a cabo el evento, esto con el fin

de dar un destino adecuado desde el punto de vista ambiental, social y económico.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

En la evaluación financiera se aplicaran algunas medidas que permitirán al inversionista la toma de decisión respecto a su viabilidad económica. Algunos de los métodos más empleados para realizar esta evaluación son:

- Valor presente neto VPN
- Tasa interna de retorno TIR

Cuadro 78. TASA DE DESCUENTO: EQUIVALENTE A C.A.P.M.

Tasa Rf = Tasa TES a cinco años		Fuente: Banco de la Republica. http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-20-02-2015
Beta Operativo	1,00	
Tasa de impto. De renta – Tax.	33,00%	
Relación D / K	2,37	
Beta Apalancado = BL	2,59	
Tasa rentabilidad. Promedio. Mercado Financiero. = Rm	11,93%	
Tasa plus o prima del mercado	4,50%	Fuente: Banco de la Republica. http://www.banrep.gov.co/es/comunicado-20-02-2015
CAPM = TASA DE DESCUENTO	15,19%	3,82% TASA DE INFLACIÓN ESTIMADA AÑO ACTUAL

6.3.1 Valor presente neto El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

De acuerdo a los saldos netos de caja y considerando una tasa de oportunidad (To) del 12.47%, calculada a partir del interés esperado por los inversionistas y la tasa cobrada por la institución financiera por el préstamo (23,22%).

El VPN se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

Cuadro 79. Valor Presente Neto

CÁLCULO DE VALOR PRESENTE NETO:						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR INVERSIÓN FIJA	-\$31.164.680					\$10.907.638
VALOR INVERSIÓN DIFERIDA	-\$6.640.000					
TOTAL INVERSION	-\$37.804.680	\$0	\$0	\$0	\$0	\$10.907.638
FLUJO DE CAJA OPERAL.	\$0	-\$21.972.189	\$30.667.981	\$32.016.656	\$36.171.452	\$41.946.691
SALDO NETO A EVALUAR	-\$37.804.680	-\$21.972.189	\$30.667.981	\$32.016.656	\$36.171.452	\$52.854.329
VALOR PRESENTE NETO	-\$37.804.680	-\$19.074.131	\$23.111.495	\$20.945.477	\$20.542.423	\$26.057.798
SUMATORIA DE VALOR PRESENTE NETO		\$33.778.383				
V.P.N. CON FUNCIONES FINANCIERAS		\$33.778.383				

La Sumatoria de los valores netos obtenemos un valor presente Neto:

VPN: **\$ 33.778.383** como es mayor de CERO nos indica que el proyecto es viable al ejecutarse.

6.3.1.1 Tasa Interna Retorno TIR. Indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a 0. Se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior, así:

La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$VPN = \sum (X) (1 + r)^{-t}$$

Dónde: VPN = 0

X = Flujo neto de caja, para cada año (del 0 al 5)
 r = TIR =?
 t = Período de 0 hasta 5 años

$$VPN (i= TIR) = F / (1+i)^{-n} + = 0$$

El valor de la i en el polinomio, se despeja por interpolación.

TIR (i) > Tasa de interés de oportunidad Se acepta el proyecto

TIR (i) < Tasa de interés de oportunidad Se rechaza el proyecto

TIR (i) = Tasa de interés de oportunidad Hay indiferencia frente al proyecto

En conclusión, el proyecto solamente es factible financieramente cuando la TIR sea mayor que la tasa de interés de oportunidad.

Aplicando y reemplazando los valores en la formula se obtuvo una TIR:

TIR= 33.70%

De acuerdo con el resultado obtenido (TIR > To), el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo esperado.

6.3.2 Período de recuperación.

Cuadro 80. Período de recuperación

CALCULO DEL No. Valor presente de los VPN acumulado PERIODOS DE DE LA DE flujos a evaluar RECUPERAC. DE LA INVERSIÓN (PRI):		
Año 0	-\$37.804.680	-\$37.804.680
Año 1	-\$19.074.131	-\$56.878.811
Año 2	\$23.111.495	-\$33.767.315
Año 3	\$20.945.477	-\$12.821.838
Año 4	\$20.542.423	\$7.720.585
Año 5	\$26.057.798	\$33.778.383

La inversión se recupera en el tercer año en el séptimo mes el día 15 por lo que el proyecto es viable.

6.3.3 Análisis de las Razones Financieras.

Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero en las empresas es el uso de las **Razones Financieras**, ya que estas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de las mismas. Estas presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Las razones financieras que se analizaran en el estudio de factibilidad de la empresa de eventos infantiles es el siguiente:

- Razones de liquidez.
- Razones de endeudamiento
- Razones de actividad
- Razones de rentabilidad.
- **Razones de liquidez:** Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros. Entre estas razones esta la razón corriente, razón capital de trabajo.

Razón corriente: activo corriente /pasivo corriente
 $\$9.831.742 / \$9.600.000 = 1.02$

Razón de capital de trabajo: activo corriente – pasivo corriente
 $\$9.831.742 - \$9.600.000 = \$231.742$

En el corto plazo la empresa puede disponer de \$231.742 para suplir sus necesidades de capital de trabajo en el primer año.

- **Razones de endeudamiento:** Se entiende como aquella actividad en la cual la empresa usa dineros suministrados por terceras personas con fines de financiar la empresa y producir más utilidades. Entre estas razones está el nivel de endeudamiento, endeudamiento a corto plazo, cobertura de intereses.

Nivel de endeudamiento: pasivos totales/ activo total
 $\$38.400.000 / \$42.796.254 = 90\%$

Por cada peso que la empresa tiene en activos, \$1 han sido financiados por los acreedores, representando en cuentas por pagar y créditos bancarios. Esto quiere decir que la nueva empresa tiene un endeudamiento aceptable, en razón a que el sector bancario ha normalizado su endeudamiento en un 90%.

Endeudamiento a corto plazo: pasivo corriente / pasivo total
 $\$9.600.000 / \$42.796.254 = 25\%$

La composición del pasivo total de la empresa de eventos es de un 25% a corto plazo. Sin embargo, su valor es poco representativo y podrá ser cancelado sin inconvenientes.

• **Razón de Leverage Total =**
Pasivo total / Patrimonio = $\$42.796.254 / \$20.216.562 = 2.11$

Por cada (\$1) en el patrimonio de la empresa se tendrán deudas de \$2.11 lo cual es un índice ajustado a la realidad de la empresa, la cual recurrió al 70% al financiamiento bancario para la puesta en marcha del proyecto; el cual sin embargo tendrá un comportamiento decreciente en lo sucesivo de vida del mismo.

• **Razones de actividad:** Mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos. La efectividad está medida por la generación de liquidez de ciertas cuentas específicas con fines de pagar la obligación a medida que lleguen los vencimientos. Entre estas razones esta rotación de activos totales, Leverage total.

Rotación de activos Totales:

$\text{Ventas} / \text{Activos Totales Brutos} = \$498.000.000 / \$ 58.505.089 = 8.51$

Los activos se rotarían 9 veces en el primer año del proyecto.

• **Razones de rentabilidad:**

Margen de Operación= Utilidad operacional / Ventas netas

$-\$ 3.295.690 / \$ 498.000.000 = -0.7\%$

Cada (\$1) vendido en el año generará una pérdida de 0.7 % sin embargo, las ventas de servicios presentan un comportamiento positivo en la medida de que existe mayor participación en el mercado.

Margen neto de Ganancias= Utilidad neta / Activo total bruto * 100=
-\$15.820.308 / \$ 42.796.254 * 100= -0.37%

Cada peso (\$1) que se invierta en activos, se están perdiendo \$ 0.37 de utilidad neta en el primer año del proyecto.

Rentabilidad Con relación al Capital = Utilidad neta / Patrimonio * 100=
Rentabilidad= -\$ 15.820.308 / \$20.216.562 *100 = -0.8%

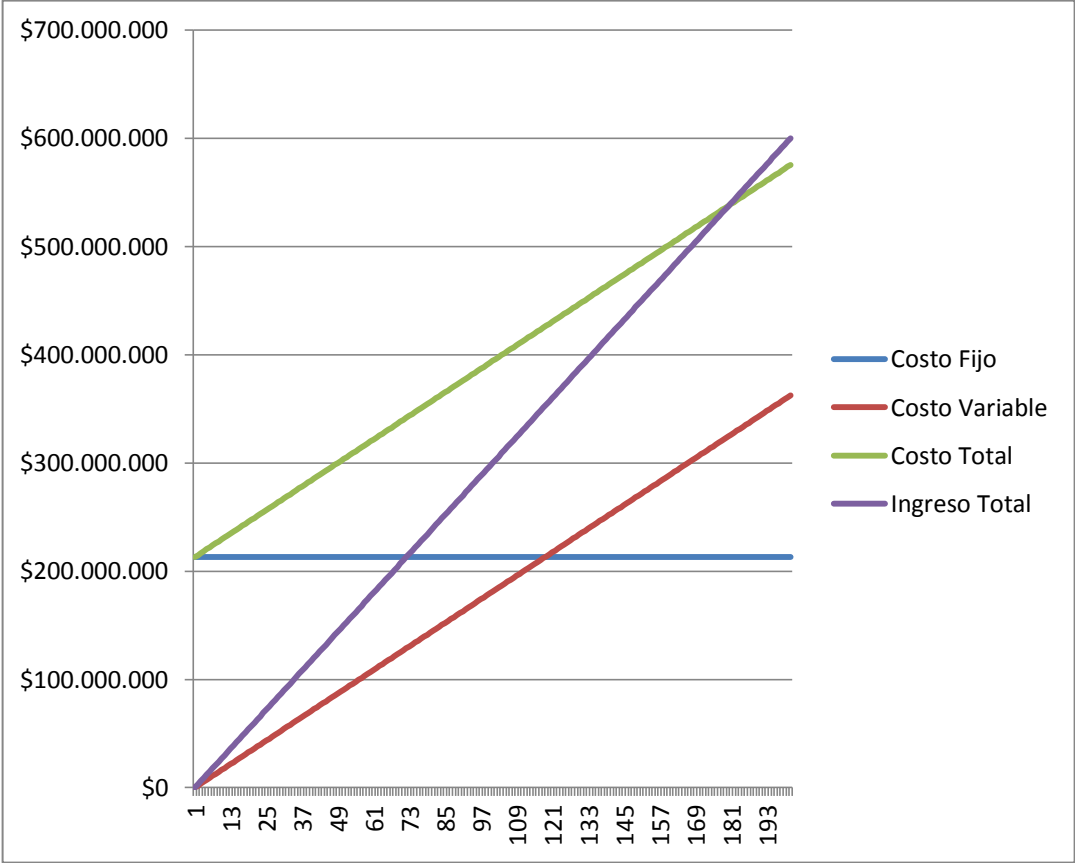
Esto indica que los socios de la empresa obtendrán una pérdida de -0.8 % sobre la inversión en capital en el primer año del proyecto.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 81. Punto de Equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor de ventas en Punto Equilibrio	\$537.950.273	\$450.809.877	\$444.916.851	\$439.680.291	\$434.203.241
Porcent. Pto. Equilibrio / Vr. proyectado ventas	1,080221432	0,889171355	0,852331131	0,809724292	0,761760071
Distribuc. ventas en punto de equilibrio:					
Fiestas infantiles	\$537.950.273	\$450.809.877	\$444.916.851	\$439.680.291	\$434.203.241
TOTAL Vr. DE VENTAS EN EQUILIBRIO	\$537.950.273	\$450.809.877	\$444.916.851	\$439.680.291	\$434.203.241
CANTIDAD PRODUCTOS EN EQUILIBRIO:					
Fiestas infantiles	179	150	148	147	145
COMPROB. DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:					
VALOR DE VENTAS	537950273	450809876,8	444916850,6	439680290,8	434203240,6
COSTOS Y GASTOS VARIABLES	324921964,9	283764753,5	280063245,5	276967167,6	273579563,2
UTILIDAD VARIABLE	213028308,1	167045123,2	164853605,1	162713123,2	160623677,4
COSTOS Y GASTOS FIJOS	213028308,1	167045123,2	164853605,1	162713123,2	160623677,4
UTILIDAD OPERACIONAL	0	0	0	0	0
Costos y gastos variables	300792000	319133935,3	328585024,2	342051202,1	359141380
Costo y gastos fijos	213028308,1	167045123,2	164853605,1	162713123,2	160623677,4

Grafica18. Punto de Equilibrio



7. CONCLUSIONES

El estudio correspondiente en la ciudad de Bucaramanga muestra una demanda insatisfecha del servicio de eventos infantiles, por lo que da oportunidad a la empresa “WORL KID’S” a participar en el mercado de la ciudad.

En la investigación de mercados, según las encuestas realizadas se determinan un número de familias que demandan gran interés en la realización de fiestas infantiles, pero el mercado que existe no brinda satisfacer totalmente con los servicios requeridos, por tanto “WORL KID’S” entraría a brindar un servicio completo implementando una buena campaña de comunicación masiva y con el valor agregado del servicio, puede llegar alcanzar un posicionamiento alto en poco tiempo.

En términos generales, a nivel de mercados si existe un panorama viable para el funcionamiento y desarrollo de la empresa de eventos, mediante la implementación de un óptimo programa de publicidad y promoción y aprovechando la ventaja de ser una empresa que posee su propio grupo musical y se ajusta al presupuesto del cliente.

El estudio administrativo y legal de la empresa muestra la verificación de las actividades comerciales y su estructura organizacional para la presentación de los servicios, reúne todos los requisitos y condiciones exigidas por la ley por consiguiente no hay inconvenientes para el funcionamiento de la nueva empresa. Además la generación de empleo directo e indirecto es favorable al impacto social de la ciudad.

Su impacto ambiental, evidencia que el ruido y la contaminación de residuos sólidos se pueden manejar por medio de la normatividad vigente y con alternativas para disminuir estos impactos que se dan durante el desarrollo de los eventos, por lo tanto no representa riesgos para las familias y el medio ambiente.

La evaluación financiera demostró que la empresa aunque en el primer año presenta pérdidas según el estado de pérdidas y ganancias, y su comportamiento es creciente en los siguientes años del proyecto. El valor presente Neto resulto positivo con \$33.778.383 la Tasa Interna de Retorno de 37.70 %; así mismo, las razones financiera resultaron favorables especialmente respecto a las razones de liquidez, actividad y endeudamiento. Por lo anterior expuestos se recomienda

llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de la empresa de eventos infantiles en la ciudad de Bucaramanga, Santander.

8. RECOMENDACIONES

El éxito del proyecto depende en gran parte a la gestión administrativa para realizar el mercadeo y mejorar lo pronosticado en los cinco (5) años del proyecto, por lo que se recomienda elegir un gerente visionario con buena capacidad de liderazgo, sentido de pertenencia y con gran conocimiento del negocio.

El primer año de funcionamiento de la empresa, se debe realizar promoción del servicio entre otros segmentos del mercado, formando alianzas estratégicas con colegios, jardines, entre otras entidades privadas para mejorar los indicadores económicos de los dos primeros años.

Otro punto importante para el éxito de la empresa de eventos infantiles dependerá de la implementación efectiva de un programa publicitario, mediante estrategias creativas, innovadoras que den a conocer los servicios y su ubicación en la ciudad, que permita crear competencia y beneficiar a la hora de adquirir los servicios de eventos del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. “Datos Generales Indicadores Económicos de Bucaramanga” [En línea] [19 mayo de 2014] Disponible en internet en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?param=277>

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. “Datos generales: Economía de Bucaramanga”. [En línea] [9 de junio de 2014] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/>

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. “Actualidad Económica: Constitución de Empresas Santander 2013”. [En línea]. [10 junio de 2014] disponible en: <http://www.sintramites.com>

COMPITE 360 “Constitución de sociedades, Santander I Semestre 2014”. [En línea] Consultado [1/10/2014] Disponible en: http://www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/soc_con_lsem2014.pdf

COLOMBIA EVENTOS. “Eventos y Convenciones Colombia 2009”. [Consultado 2/05/2014] Disponible en internet en: <http://www.colombiaeventos.com.co>

GUÍA DE MERCADO COLOMBIA SECTOR SERVICIOS. “Evolución de los principales Sectores Económicos”. [Consultado el 1/10/2014] Disponible en: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Colombia%202013.pdf>

LA REPÚBLICA. “Economía: Un milagro Económico llamado Bucaramanga”. [En línea] [10 de Abril 2014] disponible en: http://www.larepublica.co/economia/un-milagro-econ%C3%B3mico-llamado-bucaramanga_36739

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, “Proceso de Investigación”. 4ª Edición. México: Limusa, 2008. Página 151.

MOYLES, JANET R. "El Juego en la Educación Infantil y Primaria". 1 Edición. Madrid, Ediciones Morata, 1990. Página 210.

PLAN DE ORDENAMIENTO POBLACIONAL 2013-2027 "Análisis Poblacional". Consultado [el 06/09/2014] Disponible en línea en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

PROYECTO TEORIA ADMINISTRATIVAS. "Teoría Científica" y "Teoría Clásica". [En línea] Consultado [9/11/2014]. Disponible en: <http://proyectoteoriasadministrativas.blogspot.com/>

FUNDACIÓN COLOMBIANA DEL TIEMPO LIBRE Y LA RECREACIÓN. "MARCO NORMATIVO GENERAL DE LA RECREACIÓN". [EN LÍNEA] [31 MAYO DE 2014] DISPONIBLE DESDE Internet en: <http://www.funlibre.org/documentos/MarcoNormativo>

LÓPEZ CHAMORRO, Irene "Revista de la educación en Extremadura: EL juego en la educación infantil y Primaria". [En línea]. [Consultado el 09 de junio 2014] disponible en: http://www.anpebadajoz.es/autodidacta/autodidacta_archivos/numero_3_archivos/i_l_chamorro.pdf

BÁEZ MEDINA, Gloria Patricia y Báez Medina, María Isabel. Creación de una empresa de servicios de recreación y eventos temáticos sociales y empresariales. Bucaramanga, 2013, 126p. Trabajo de Factibilidad (Profesional en Gestión Empresarial). Universidad de Santander. Faculta de Educación a Distancia, IPRED.

MACÍAS PORRAS, Diana Marcela y Arciniega Remolina, Lady Carolina. Creación de una Empresa productora y comercializadora de artículos decorativos para eventos, reuniones sociales toda ocasión en el municipio de San Gil. Bucaramanga, 2013, 193p. Estudio de Factibilidad (Profesional en Gestión Empresarial). Universidad de Santander. Faculta de Educación a Distancia, IPRED.

PÉREZ ZAFRA, Ana Isabel, Creación de un jardín materno infantil en el municipio de Girón. Bucaramanga, 2013, 185p. Estudio de Factibilidad (Profesional en Gestión Empresarial). Universidad de Santander. Faculta de Educación a Distancia, IPRED.

ANEXOS

ANEXO A. CUESTIONARIO DIRIGIDO AL MERCADO OBJETIVO DE LOS ESTRATOS IV, V Y VI DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.

INTRODUCCIÓN

Buenos (días, tardes, noche). En estos momentos estamos desarrollando una investigación a los hogares, con el propósito de determinar la aceptabilidad de una nueva empresa organizadora de eventos infantiles como, sus respuestas son muy importantes. Me gustaría que me respondiera este cuestionario.

Marque con una X la respuesta que usted considere conveniente.

1. ¿Cuántas personas conforman el hogar?

a. Entre 1 y 2	b. Entre 3 y 5	c. Más de 5
----------------	----------------	-------------

2. ¿Teniendo en cuenta las edades relacionadas responda cuantas personas se encuentran en el hogar en ese rango de edad?

a. 0 y 3 años	b. 4 y 7 años	c. 8 y 11
---------------	---------------	-----------

3. ¿Los ingresos familiares mensuales oscilan entre?

a. Entre 1 y 2 SMLV	b. Entre 3 y 4 SMLV
c. Entre 4 y 5 SMLV	d. Más de 5 SMLV

4. Califique de 1 a 5 cada factor, sobre la importancia de un evento infantil, siendo 5 el de mayor valor y 1 el de menor valor.

a. La comida ____	d. El show ____
b. La música ____	e. El servicio ____
c. La decoración ____	f. Otro. Cuál, _____

5. ¿Al momento de celebrar una fecha especial a su hijo(a) contrata la organización del evento?

Si
No
Otra Cuál: _____

6. ¿De las siguientes empresas organizadoras de eventos infantiles, cuál es la más reconocida para usted?

a. Happy City	b. Mcdonald's
c. Archie's Pizza	d. Otra, Cual _____

7. ¿Con qué frecuencia realiza un evento infantil?

a. 1 vez al mes	
b. 1 vez cada 3 meses	
c. 1 vez cada 6 meses	
d. 1 vez cada año	

8. ¿A través de qué medio se ha enterado de la existencia de estas empresas de eventos infantiles?

a. Radio	b. Volantes
c. Internet	d. Directorio
e. Televisión	

9. Teniendo en cuenta que un evento infantil consta de un paquete que está compuesto por decoración del lugar, la comida, la música, el show entre otros servicios; según los siguientes rangos, ¿Cuánto es la inversión promedio que realiza en un evento infantil?

A. \$ 1.000.000 A \$2.000.000
B. \$ 2.000.001 A \$3.000.000
C. \$3.000.001 A \$ 4.000.000
D. MÁS DE \$4.000.001

10. ¿Estaría dispuesto (a) a adquirir el servicio de organización de eventos infantiles de una nueva empresa en Bucaramanga con instalaciones propia, dotada de diferentes juegos infantiles para realizar el festejo de su hijo(s)?

a. DEFINITIVAMENTE SÍ ____
a. PROBABLEMENTE SI ____
b. DEFINITIVAMENTE NO ____
